

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



**ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA DE UNA ENTIDAD DEDICADA A LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TECNOLÓGICOS EN GUATEMALA**

LICENCIADA ALBA JEANNETTE ENRIQUEZ GUINAC

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2020

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



**ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA DE UNA ENTIDAD DEDICADA A LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TECNOLÓGICOS EN GUATEMALA**

Informe final del trabajo profesional de graduación para la obtención del 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 Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 15 de octubre de 2015, según Numeral 7.8 Punto SEPTIMO 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, subincisos 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018.

AUTOR: LICENCIADA ALBA JEANNETTE ENRIQUEZ GUINAC

DOCENTE: LICDA. MSc. KAREN MARLENI ORTIZ LÓPEZ

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
HONORABLE JUNTA DIRECTIVA

Decano: Lic. Luis Antonio Suárez Roldán

Secretario: Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales

Vocal Primero: Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez

Vocal Segundo: Doctor Byron Giovani Mejía Victorio

Vocal Tercero: Vacante

Vocal Cuarto: Br. Cc.LI. Silvia María Oviedo Zacarías

Vocal Quinto: P.C. Omar Oswaldo García Matzuy

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL DE
GRADUACIÓN

Coordinador: Dr. Sergio Raúl Mollinedo Ramirez

Evaluador: MSc. Rosa Ferdinanda Solis Monroy

Evaluador: MSc. Mirtala Hazel Villeda Padilla

**ACTA No. MAF-E-022-2020**

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, 17 de Octubre de 2,020, a las 15:30 horas para practicar la PRESENTACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL DE GRADUACIÓN de la Licenciada Alba Jeannette Enriquez Guinac, carné No. 200812749, 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 ANALISIS Y EVALUACION FINANCIERA DE UNA ENTIDAD DEDICADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS TECNOLÓGICOS 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 68 puntos, obtenida de las calificaciones asignadas por cada integrante del jurado examinador. El Tribunal hace las siguientes recomendaciones: Que la sustentante incorpore las enmiendas sugeridas por la Terna Evaluadora dentro de los 5 días hábiles comprendidos del 19 al 26 de Octubre 2020.

En fe de lo cual firmamos la presente acta en la Ciudad de Guatemala, a los 17 días del mes de octubre del año dos mil veinte.



Dr. Sergio Raúl Mollinedo Ramírez
Coordinador



MSc. Rosa Ferdinanda Solis Monroy
Evaluador



MSc Mirtala Hazel Villeda Padilla
Evaluador



Licda. Alba Jeannette Enriquez Guinac
Postulante



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

ADENDUM

El infrascrito Coordinador de la Terna Evaluadora CERTIFICA que la estudiante Alba Jeannette Enriquez Guinac , incorporó los cambios y enmiendas sugeridas por cada miembro de la terna evaluadora.

Guatemala, 27 de Octubre de 2020.

(f)

Ph. D. Sergio Raúl Mollinedo Ramírez
Coordinador de la Terna Evaluadora

AGRADECIMIENTOS

A DIOS:

Por ser la fortaleza en los momentos más difíciles.

Por ser fuente de sabiduría y de conocimiento.

Por ser el centro de mi vida.

A MIS PADRES:

Angel Enriquez e Ines Guinac, quienes con su amor, paciencia, esfuerzo y oraciones me han permitido cumplir cada una de las metas

A MIS HERMANOS:

Ender y Alex Enriquez, por el apoyo brindado en cada de las etapas de mi desarrollo profesional

A MI FAMILIA:

Son un pilar fundamental en mi formación académica

A LA ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO:

Por el conocimiento adquirido a través de los años

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:

Por la formación académica

CONTENIDO

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	iv
1. ANTECEDENTES	1
1.1 Antecedentes históricos del análisis financiero	1
1.1.1 Importancia del análisis financiero	2
1.2 Empresas dedicadas a la comercialización de productos tecnológicos	3
1.2.1 Empresas dedicadas a la comercialización de productos tecnológicos en Guatemala	5
1.3 Productos	7
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1 Análisis financiero	9
2.1.1 Objetivo del análisis financiero	9
2.1.2 Importancia del análisis financiero	10
2.1.3 Información financiera	10
2.2 Métodos de análisis	11
2.2.1 Método de análisis vertical	11
2.2.2 Método de análisis horizontal	12
2.3 Razones financieras	12
2.3.1 Razones de liquidez	13
2.3.2 Índice de actividad	14
2.3.3 Razón de endeudamiento	17
2.3.4 Índice de rentabilidad	21
2.4 Empresa	23
2.4.1 Comercio	24
2.4.2 Comerciante	24
2.4.3 Comercialización	24
2.4.4 Importancia de la comercialización	25
2.4.5 Operaciones de la empresa	26
2.6 Tecnología	28

2.6.1	Productos tecnológicos	29
3.	METODOLOGÍA	33
3.1	Definición del problema	33
3.2	Delimitación del problema	33
3.3	Objetivos	34
3.3.1	Objetivo general	34
3.3.2	Objetivos específicos	34
3.3	Métodos	34
3.3.1	Método científico	35
3.3.2	Método deductivo	36
3.3.3	Método histórico	36
3.4	Técnicas de investigación aplicadas	36
3.4.1	Técnicas de investigación documental	36
3.4.2	Técnica de investigación de campo	36
4.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	38
4.1	Estructura actual comercializadora	38
4.2	Análisis de estados financieros de los años 2016, 2017 y 2018	40
4.2.1	Análisis horizontal	40
4.2.2	Análisis vertical	44
4.3	Análisis por medio de razones financieras	49
4.3.1	Análisis de razones de liquidez	49
4.3.2	Análisis de los índices de actividad	51
4.3.3	Análisis de las razones de rentabilidad y márgenes de ganancia	54
4.3.4	Análisis de las razones endeudamiento	58
4.4	Medidas a considerar para mejorar el manejo de: inventarios, la cuenta por cobrar y cuenta por pagar	60
4.4.1	Manejo de inventarios	60
4.4.2	Manejo de cuenta por cobrar	61
4.4.3	Manejo de cuenta por pagar	65
4.5	Otras medidas a considerar para mejorar la situación financiera de la empresa	70

CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES	78
BIBLIOGRAFÍA	80
ANEXOS	86
ÍNDICE DE TABLAS	93
ÍNDICE DE GRÁFICAS	94
ÍNDICE DE FIGURAS	95

RESUMEN

En Guatemala, el sector que se dedica a la comercialización de productos relacionados con la tecnología está creciendo constantemente, en mayor proporción en los últimos años esto a consecuencia de la demanda de accesorios y equipos de tecnología como: computadores, laptops, celulares de alta tecnología, cámaras de seguridad y todo aquello que facilite la comunicación y la calidad de vida de las personas.

El fin primordial de las empresas dedicadas a comercializar productos relacionados con la tecnología, es obtener el mayor rendimiento para los socios y los inversionistas, los cuales confían en el desempeño financiero de sus colaboradores y funcionarios; para garantizar el correcto funcionamiento de las finanzas es conveniente realizar análisis constantes para fortalecer la administración de los recursos.

El análisis financiero se realiza para obtener elementos de juicio que apoyen las opiniones que se tomen con respecto a los detalles de la situación financiera y de la rentabilidad de la empresa; los cuales sirven para la toma de decisiones tanto administrativas como financieras. Es necesario la aplicación de instrumentos, técnicas matemáticas y estadísticas para proporcionar la debida interpretación del análisis financiero.

Es necesario tener en cuenta los ciclos de operación de la compañía, el periodo de cobro a los clientes, el periodo de pago a los proveedores, los días que permanece el inventario en las bodegas de la empresa; conocer la manera en la que influyen todos estos factores en la utilidad de la compañía, es importante que las empresas realicen análisis y evaluación financiera, a través de índices financieros para conocer su situación y así mitigar las deficiencias que resulten de las revisiones oportunas.

La comercializadora de productos tecnológicos objeto de estudio presenta un buen desempeño a lo largo de su trayectoria de más de veinte años en el mercado guatemalteco, cuenta con el respaldo de casa matriz, con sólidas relaciones comerciales y una amplia cartera de clientes.

Es necesario para hacer frente a la demanda de mercadería actual, que la comercializadora conozca el ciclo de conversión de efectivo, esto ayudará a mejorar su desempeño, en respuesta a las necesidades actuales de la compañía se propuso el análisis y evaluación financiera a la comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala.

El trabajo de graduación fue realizado utilizando la información recolectada de la compañía de los períodos 2016, 2017 y 2018, se realizó visita preliminar a la empresa. Seguidamente se analizó la información suministrada por la comercializadora.

El informe incluye estudio cuantitativo de los índices financieros aplicados a la información que maneja la empresa, derivado de lo anterior el objetivo general del estudio fue realizar análisis y evaluación financiera de la empresa dedicada a la comercialización de productos tecnológicos en Guatemala a través de razones financieras para emitir opinión acerca de las condiciones financieras de la empresa.

Las principales conclusiones del trabajo de graduación realizado se presentan a continuación.

Después de haber realizado análisis a los estados financieros de la empresa en los años 2016, 2017 y 2018 por medio de: el indicador de liquidez corriente el cual fue de 1.62, 1.60 y 2.39, prueba de ácido de 0.69, 0.88 y 1.13 para los años 2016, 2017 y 2018 respectivamente; y el nivel de endeudamiento los activos los cuales están comprometidos en un 59.33%, para el año 2018; se determina que la situación financiera de la empresa es buena, sin embargo existen áreas de mejora en cuentas por cobrar, cuentas por pagar, inventarios y eficiencia en los gastos.

La rotación de la cuenta por cobrar para el año 2016 fue de 14.58, para el año 2017 de 9.79 y el año 2018 fue de 11.92.; el periodo promedio de cobro para el año 2018 es de 30.63, Al analizar la cartera de clientes vigente al 2018 se establece que el 25.86% de clientes cancelaron en 45 días, el 46.08% en 60 días y un 3.68% lo hizo en 90 días; por

lo anterior se determina que es necesario revisar la política de cobros para estandarizar a todos los clientes.

Los inventarios durante 2017-2016 presentan incremento de 11.25% y para 2018-2017 el incremento fue de 32.75%; La rotación de inventarios para 2016 es de 8.61, para 2017 de 9.44 y para 2018 de 9.63, la edad promedio de inventario disminuyó en 4 días del 2016 al 2018.

La rotación de la cuenta por pagar muestra tendencia creciente, de 8.39 en 2016 a 15.20 en 2018; el período de pago decreció de 43.49 días en año 2016 a 24.01 con el que cerró en 2018; al analizar la cartera de proveedores se establece que para el año 2018, la cartera de proveedores se distribuyó así: al contado 9.30%, 15 días al 5.76%, 30 días al 17.68%, 60 días al 30.73%, y en 90 días al 16.71%; se determina que es necesario revisar la política de pago a proveedores, con el fin de estandarizarlos.

Los gastos administrativos más elevados para el año 2018 son: los relacionados con mercadeo representando 24.35% del total de los gastos efectuados, gastos por arrendamiento del edificio representando un 15.54% y los gastos de flete o gastos por envío de producto a los clientes con un 10.87%.

INTRODUCCIÓN

El análisis financiero es un instrumento de trabajo para uso de los directores o gerentes financieros, además de las personas que la compañía considere pertinente sea usuario de esta información, en este análisis se obtienen índices de los diferentes factores que intervienen en el proceso operativo de la empresa, lo que permite conocer su funcionamiento y la forma en que éstos influyen en los resultados.

El crecimiento que ha tenido la tecnología en los últimos años ha sido exponencial, lo que ha permitido que las empresas que comercializan productos tecnológicos tengan un amplio campo dentro del comercio en Guatemala. Sin embargo, para asegurar que la empresa conserve su posición en el mercado y se mantenga competitiva es necesario que la entidad haga uso de todas las herramientas a su disposición.

Es importante conocer las oportunidades de mejora al alcance de la empresa, muchos de los hechos de una empresa se pueden anticipar interpretando la información financiera, pues refleja su composición económica. Existe un gran número de indicadores y razones financieras que permiten realizar un completo análisis de la empresa.

Los beneficios que se obtendrán al realizar el análisis: realizar análisis y evaluación financiera a la empresa dedicada a la comercialización de tecnología, interpretar los índices financieros que afectan directamente a la empresa, indicar la correcta gestión de la cuenta por cobrar, cuentas por pagar y el manejo de inventarios e identificar si existen áreas de mejora.

La Comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala, es una empresa con más de 20 años en el mercado, cuyo capital es extranjero. Actualmente comercializa productos relacionados a la tecnología como laptops, computadoras de escritorio, impresoras, celulares, cámaras de seguridad, entre otras. La comercializadora a través del tiempo ha tratado de expandir cada vez más su mercado estando a la vanguardia

de la tecnología con precios competitivos para continuar con la posición adquirida en el mercado a través de los años.

Por lo anterior se consideró el estudio del tema denominado: Análisis y evaluación financiera de una entidad dedicada a la comercialización de productos tecnológicos, el cual tiene como propósito analizar la situación financiera de la entidad, debido a la importancia que tiene para la organización la gestión correcta de cobro a los clientes, la gestión correcta de pago a proveedores, el control del endeudamiento de la empresa, el correcto manejo del inventario de la empresa; a través de indicadores financieros para evitar gastos financieros innecesarios provocados por sobregiros bancarios, resultado de una ineficiente gestión financiera.

El objetivo general del trabajo de graduación consistió en realizar análisis y evaluación financiera de una entidad dedicada a la comercialización de productos tecnológicos en Guatemala.

Como objetivos específicos se definieron los siguientes: a) analizar los estados financieros de los años 2016, 2017 y 2018 a través de la aplicación de razones financieras para interpretar los índices financieros que afectan a la empresa comercializadora de productos tecnológicos; b) revisar el manejo de inventarios, de cuenta por cobrar y de la cuenta por pagar con base en los registros históricos de los últimos 3 años, para recomendar una adecuada gestión; c) conocer los gastos más elevados en el último año a través de la información financiera obtenida, para identificar las áreas de optimización mejora financiera de la compañía.

El contenido del informe final consta de cuatro capítulos. En el capítulo uno antecedentes, se expone la importancia de realizar análisis financiero, la información general de la comercializadora de productos tecnológicos, los inicios de la tecnología, y su influencia en el mercado global; dándole énfasis al mercado nacional.

Capítulo dos, marco teórico, contiene la exposición y análisis de teorías relacionadas al análisis financiero de una empresa dedicada a la comercialización de tecnología, lo cual

sirvió de apoyo para sustentar el trabajo. El capítulo tres, Metodología, en él se detalla los objetivos del trabajo, así como los métodos y técnicas utilizadas para el análisis realizado.

En el capítulo 4 se examina la información financiera proporcionada por la comercializadora , en el cual se desarrolla aspectos como los resultados obtenidos del análisis horizontal y vertical aplicado a los estados financieros de los años 2016, 2017 y 2018, se analiza la capacidad de la comercializadora en cuanto a su rentabilidad, endeudamiento, actividad y liquidez a través de indicadores financieros; se realiza sugerencia de cambios en la cuenta por cobrar, inventario y proveedores basado en el análisis realizado.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado.

1. ANTECEDENTES

Los antecedentes lo conforman información recopilada de fuentes teóricas, relacionadas con el análisis financiero. A continuación, se indican los antecedentes del análisis financiero y las empresas dedicadas a la comercialización de productos electrónicos en Guatemala.

1.1 Antecedentes históricos del análisis financiero

A mediados del siglo XX inició en EE.UU. la valoración por descuento de cash-flow. Este método se ha ido perfeccionando y generalizando, y se considera hoy día como el método correcto y de referencia para toda valoración.

Paul Fitzpatrick en 1932 realiza los primeros estudios empíricos para determinar los ratios indicativos de quiebra. “Para dichos estudios utilizó una población de 19 empresas en quiebra y 19 empresas sin quiebras en el periodo de 1920 a 1929, y analizó el comportamiento a través de 13 ratios en un lapso de 3 a 5 años. La conclusión a la que arriba Fitzpatrick, luego de este análisis es que los ratios más significativos e indicativos de escenarios de insolvencia eran el “Rentabilidad del patrimonio neto” (Instituto de Investigaciones Administrativas Teóricas Aplicadas Universidad de Rosario, 2015).

Charles Merwim en 1942, analizó ratios de 939 empresas en el periodo 1926 - 1936. Merwim concluyó que los ratios más significativos para indicar con una anticipación de 4 a 5 años los estados de insolvencia eran el “coeficiente de liquidez” y el “capital circulante”.

Para inicios de los años 90, Aidan Berry y Robin Jarvis, argumentaron que el análisis financiero debía verse en un contexto más amplio no como simplemente un ejercicio mecánico que utiliza varias técnicas, por ende, el analista debe estar claramente identificado con el propósito y las características de la empresa que evalúa.

1.1.1 Importancia del análisis financiero

Es importante conocer la posición financiera que tiene la organización a una fecha determinada, conocer las áreas de mejora financiera; por ello es necesario realizar análisis financiero. El análisis financiero consiste “en un sistema o proceso de información cuya misión es la de aportar datos que permitan conocer la situación actual de la empresa y pronosticar su futuro, lo cual resulta de gran interés para gran parte de la sociedad actual ya que los individuos son empleados por las empresas, adquieren sus bienes y servicios, invierten en ellas, obtienen información de ellas” (Alvarez, 2004)

Para la realización del análisis financiero es necesario obtener información clara y fidedigna, para ello se utilizan los estados financieros de la compañía, también es posible utilizar otras fuentes de información, “El análisis de los estados financieros significa usar todas las fuentes de información financiera y no financieras necesarias para lograr una evaluación de la situación financiera en un determinado momento.” (Concha, 1998).

Es importante conocer la situación financiera de una empresa, así como las oportunidades de mejora a su alcance, muchos de los hechos de una empresa se pueden anticipar interpretando la información, pues esta información refleja los hechos económicos positivos o negativos. El análisis financiero “es un componente indispensable de la mayor parte de las decisiones sobre préstamo, inversión y otras cuestiones próximas, facilita la toma de decisiones a los inversionistas o terceros que estén interesados en la situación económica y financiera de la empresa” (Martinez, 2019)

El uso de indicadores financieros permite realizar un completo análisis de la empresa. Se le denomina razón simple “a las diferentes relaciones de dependencia que existen al comparar geométricamente, las cifras de dos o más conceptos que integran el contenido de los estados financieros de una empresa determinada” (Perdomo, 2008)

La situación actual del mercado se caracteriza por una fuerte competencia, cambios económico-financieros, cambios en la cotización de las monedas y las tasas de interés, importantes variaciones en los precios de las materias primas y cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, lo que obliga a la empresa a tener a su disposición el análisis de su situación financiera.

1.2 Empresas dedicadas a la comercialización de productos tecnológicos

La Real Academia Española (2020), define como empresa a toda unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. También define al término tecnología como el conjunto de instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto.

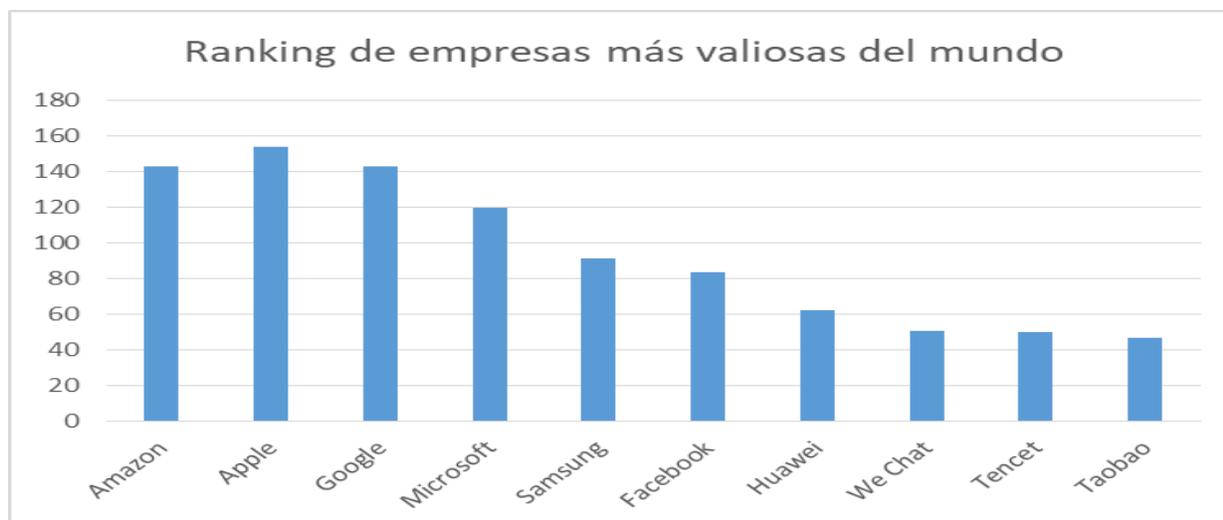
El auge de las empresas dedicadas a la tecnología ha crecido sustancialmente en los últimos 50 años; sus productos están en todas partes. Las nuevas tecnologías han transformado la forma en que se satisface las necesidades del hombre tales como: la comunicación, el entretenimiento y varios aspectos de la vida cotidiana.

Los ingresos generados por los mercados de tecnología han crecido aceleradamente. “Durante el período de 1990 a 2009, las regalías y los derechos de licencia derivados de la venta internacional de activos intelectuales crecieron a un ritmo medio anual del 9.9%. En comparación, durante el mismo período, el valor generado por las importaciones mundiales de mercancías aumentó de media a un ritmo del 6.5% anual” (Hamdan-Livramento, 2012)

Dabat (2009) La inversión y el uso de TIC, generalmente entendida como hardware y software de computadoras y equipo de telecomunicaciones, se han convertido en un factor explicativo de los avances de la productividad, del comercio internacional y del crecimiento económico en los países industrializados.

Gráfica 1

Empresas más valiosas en el mundo



Fuente: Borondo (2019). Las 10 empresas tecnológicas más valiosas del mundo. Recuperado de <https://www.elcorreo.com/tecnologia/empresas/empresas-tecnologicas-valiosas-20190128110850-nt.html>

En el informe Global 500 2019, elaborado por Brand Finance se enumeran las 500 empresas más valiosas en el mundo, en la gráfica 1 se detallan las diez empresas más valiosas según este listado; se puede observar que seis de ellas son empresas tecnológicas.

Las primeras posiciones la ocupan Amazon con un valor de marca de \$ 187,905 millones, Apple con \$153,634 millones, Google 142,755 millones, Microsoft con \$119.595 millones y Samsung con \$91.282 millones.

El crecimiento de compañías que se dedican a generar tecnología es indudable, ante un mercado cambiante muchas de las compañías mencionadas han encontrado como base de crecimiento la diversificación de sus productos o servicios.

1.2.1 Empresas dedicadas a la comercialización de productos tecnológicos en Guatemala

En el 2014 Guatemala mejoró una posición en el índice de Tecnologías de la Información y la Comunicación 2014 (TIC's) Recompensas y riesgos de grandes datos, elaborado por FUNDESA. Según la Asociación Guatemalteca de Exportadores a mayo de 2014, la venta al exterior de software y centros de llamadas, generaron alrededor de 326 millones de dólares en divisas, así como 3,000 puestos de trabajo.

Según el Documento "Guatemala: las claves de la digitalización" realizado por Google y Móvil, Insigths, Omicanalidad; Guatemala es el primer país en Centroamérica con más usuarios de internet siendo 7.2M usuarios en 2018, es el quinto país con más penetración móvil, aportando el 42%; estas cifras indican la importancia que tiene la comercialización con la tecnología en Guatemala. (Google Internal, 2019)

(CentralAmericaData, 2019) "En las últimas semanas en los mercados de la región el interés por equipos electrónicos, computadoras y servicios tecnológicos reportó un claro repunte, y entre las tendencias más marcadas destacan los software educativos y los servicios de seguridad informática". Tomando en cuenta el auge de la tecnología en la actualidad el comercializar con productos tecnológicos es un fuerte mercado que hasta hace algunos años se encontraba poco explorado.

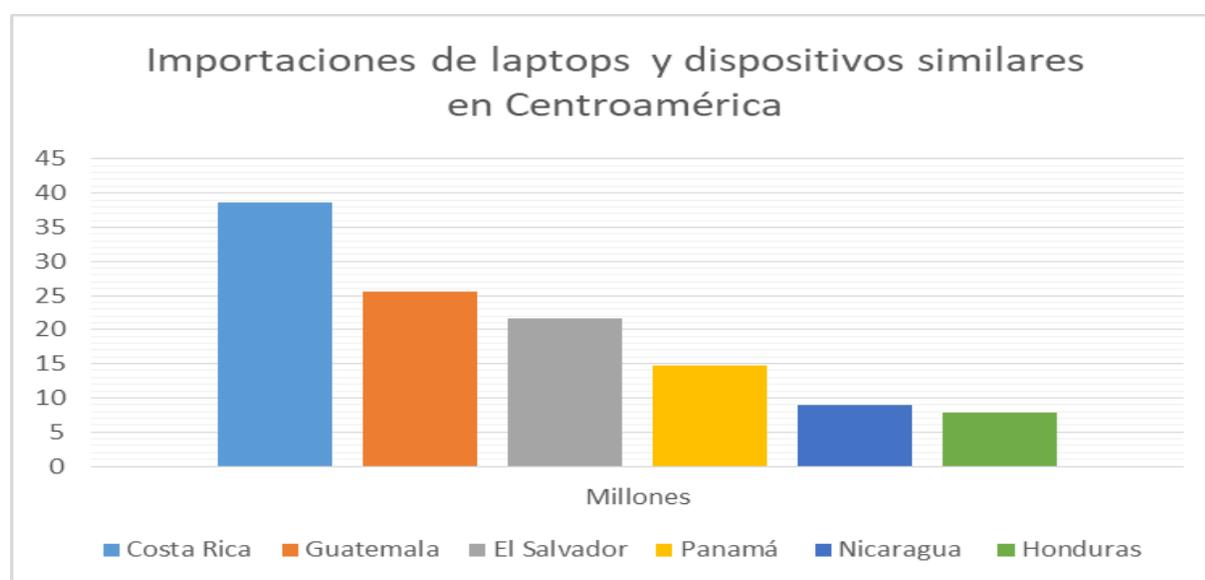
Existe diversidad de productos y servicios con los cuales comercializar, lo que permite una amplia diversificación, la posición geográfica que tiene Guatemala contribuye al desarrollo que ha tenido en el mercado en los últimos años "Guatemala se está convirtiendo en un importante proveedor en el mercado internacional en el ámbito tecnológico, debido a varias características como los esfuerzos de entidades líderes en negocios, así como la posición geográfica del país. (Publinews, 2012).

Ante la necesidad del consumidor de adquirir equipo electrónico, surgen empresas que se especializan en la venta de este equipo; el cual es adquirido en el extranjero e importado a Guatemala.

Actualmente el mercado de tecnología exige tener una adecuada estrategia para lograr la permanencia ante la competencia; los distribuidores de tecnología buscan satisfacer sus necesidades y exigencias y garantizar un nivel de fidelidad aceptable. Ser una empresa que se dedique a comercializar con la tecnología supone la mejor garantía para ser una empresa con futuro y actualizada

Gráfica 2

Importaciones por país, durante el primer trimestre 2019 en millones de dólares



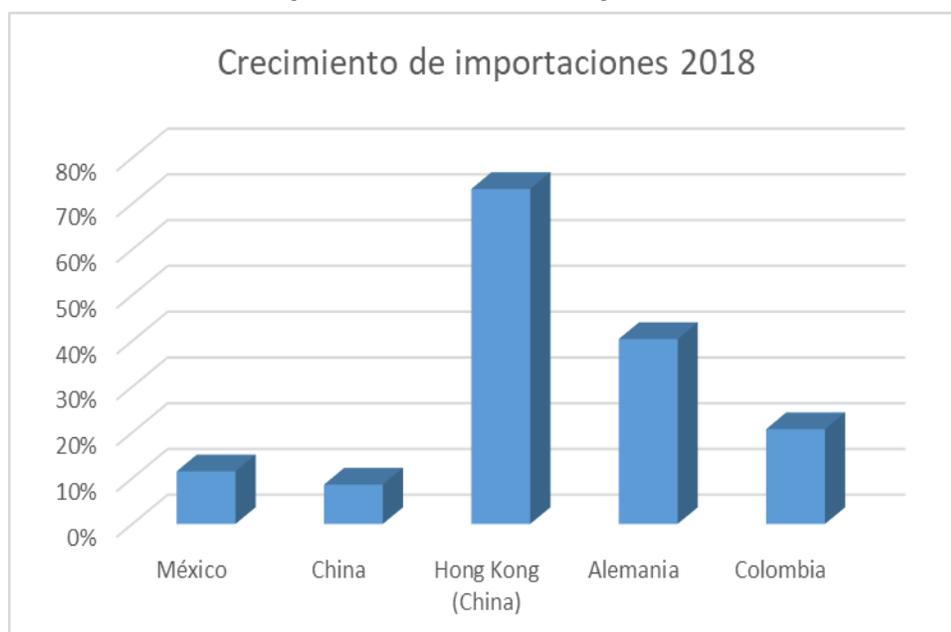
Fuente: Inteligencia Comercial de CentralAméricaData.com Información de Negocios. Laptops y tablets: Compras crecen 16% recuperado de https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Laptops_y_tablets_Compras_crecen_16

Costa Rica fue el principal importador de laptops y tablets durante el primer trimestre del año 2019 en Centroamérica con \$38.6 millones, Guatemala con \$25.6 millones, con \$21.6 millones el Salvador y Panamá con \$14.8 millones.

Guatemala cuenta con una estructura comercial estable la cual permite la comercialización de productos tecnológicos; los cuales son importados principalmente de: Estados Unidos, Hong Kong y China.

Gráfica 3

Comercio exterior por socio comercial periodo: enero-marzo 2019



Fuente: Viceministerio de Integración y Comercio Exterior Dirección de Análisis Económico. Recuperado de https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/informe_mensual_de_comercio_exterior_0.pdf

Es notable el crecimiento en importaciones en toda la región centroamericana. Según el informe del Ministerio de Economía los principales países desde donde se realizaron importaciones hacia Guatemala durante el primer trimestre del año 2019 fueron: Hong Kong con un aumento del 73.20% en relación con el año anterior, Alemania con aumento del 40.4% y Colombia con aumento del 20.70%.

1.3 Productos

Producto “es un objeto que surge después de un proceso de fabricación. Los productos, por lo general, son creados para su comercialización en el mercado: deben, por lo

tanto, satisfacer alguna necesidad de las personas, que acudirán a la oferta mercantil a buscarlos” (Definición de , s.f.)

Universidad de La Punta (2011) “Los productos tecnológicos son el resultado de la actividad tecnológica. La Tecnología se concreta en los productos tecnológicos que responden a demandas de la sociedad. Todo procedimiento tecnológico tiende a producir un producto para satisfacer alguna necesidad”, los productos tecnológicos son el resultado de un proceso, tiene como función satisfacer una necesidad, una demanda o un servicio.

2. MARCO TEÓRICO

Es la recopilación de información teórica que sustenta el estudio, son conceptos teóricos que exponen teorías que contribuyen a la realización del análisis financiero de una empresa dedicada a la comercialización de productos tecnológicos. Se realiza de forma ordenada para la correcta interpretación y análisis de los resultados obtenidos.

2.1 Análisis financiero

Hurtado (2010). “Se puede definir como un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de un negocio”, se realiza de acuerdo a la necesidad de cada empresa.

Jimenez (2010). “El análisis económico-financiero de la empresa no responde a reglas fijas, en el sentido de cada analista, en función de lo que le interesa estudiar y de la información que dispone, decidirá revisar unos aspectos u otros”. Es el proceso de comprensión y valoración de las cifras que se obtienen luego de la comparación de cifras de períodos anteriores dentro de la empresa. “El análisis financiero es una actividad necesaria en todas las organizaciones. La actividad del análisis implica el estudio de un todo a través del conocimiento de cada uno de sus componentes” (Padilla, 2015)

2.1.1 Objetivo del análisis financiero

Hurtado (2010) Todo el esfuerzo desarrollado por la gestión financiera debe tender hacia un fin, maximizar el valor de la empresa, ese fin corresponde, por lo general al propósito de los accionistas, inversionistas o dueños de incrementar su propia riqueza, es decir su inversión. La finalidad del empresario es la acumulación de riqueza por ende la función de la realización del análisis financiero es velar que la compañía realice las operaciones financieras de la forma más eficiente.

Guardo (2018) “El análisis financiero busca indagar sobre las propiedades y características de una compañía, saber sobre sus operaciones, actividades, entorno cercano y lejano, información sobre su desempeño”.

2.1.2 Importancia del análisis financiero

(Padilla, 2015) El análisis financiero integral genera información que se utiliza como base para la toma de decisiones. El método analítico en una organización aplicado a los elementos que afectan el desempeño económico proporciona información que se transforma en un elemento de soporte en la toma de decisiones.

Brealey, Myers, y Allen (2010) “Los administradores financieros de las grandes corporaciones deben poseer experiencia. No sólo tienen que decidir en cuales activos debe invertir la empresa, sino también saber dónde están colocados”.

Facilita la toma de decisiones a los inversionistas o terceros que estén interesados en la situación económica y financiera de la empresa. Saber el significado de las cifras que componen la situación financiera de la empresa proporcionará las herramientas necesarias para el administrador en la toma de decisiones.

2.1.3 Información financiera

Padilla (2015) “Las fuentes de información interna son variables, pero puede considerarse que los estados financieros, y los manuales de políticas y procedimientos, son excelentes elementos para iniciar el análisis.”.

Para la realización del análisis es importante contar con información confiable, por lo que contar con los estados financieros es primordial; las políticas contables y de organización es información cualitativa del desarrollo de las actividades. Además, se puede recopilar información adicional como: contratos, patentes, reportes contables, reportes del buró de crédito entre otros.

Welsch, Hilton, Gordon, y Noverula (2005) “La eficacia con la que se administra una entidad se reconoce generalmente como el factor individual más importante en el éxito a largo plazo de tal entidad. El éxito de la empresa se mide en términos del logro de sus metas”.

2.1.3.1 Usuarios de la información financiera

Morales (2012) Tanto para administrar una empresa como para conocerla es necesario tener información financiera, dado a que es primordial para la administración y el conocimiento de un negocio; pero el uso de dicha información se hace desde diferentes puntos de vista dependiendo de los usuarios, ya que cada uno puede tener diferentes objetivos, problemas por resolver e incluso oportunidades por lograr.

Un usuario de la información financiera puede ser, el director financiero, el contador general, un gerente de alguna de las áreas de la empresa, cualquier persona autorizada por la gerencia; debido a la diversidad de usuarios de la información, el análisis debe ser expresado en forma precisa y de fácil comprensión.

2.2 Métodos de análisis

Wild (2015) El análisis de estados financieros se puede beneficiar del hecho de saber qué proporción de un grupo o subgrupo se compone de una cuenta particular. De manera específica, al analizar un balance, es común expresar los activos totales (o pasivo más capital) como 100%. Los usuarios analizan los estados financieros de una empresa con una variedad de métodos.

2.2.1 Método de análisis vertical

Duchac (2009) El análisis porcentual de la relación que existe entre cada componente es un estado financiero total dentro del mismo estado se conoce con el nombre de análisis vertical. Aunque el análisis vertical se aplica solo un a estado, esto puede aplicarse al mismo estado a través del tiempo, lo cual hace el análisis más atractivo, ya

que ahora muestra de qué manera ha cambiado con el tiempo los porcentajes de cada concepto.

Es un análisis de fácil comprensión dentro del que se expresa de manera porcentual los rubros donde la compañía invierte la mayor parte de sus recursos durante un periodo.

2.2.2 Método de análisis horizontal

Concha (1998) Un análisis de carácter horizontal consiste en la comparación de cifras homogéneas correspondientes a estados financieros de diferentes períodos. El balance comparativo facilita el estudio de los cambios que, de período a período, se han operado en la posición financiera de una empresa.

Se realiza con estados financieros de diferentes períodos, es decir de diferentes años y se examina la tendencia que tienen las cuentas en el transcurso del tiempo ya establecido para su análisis.

2.2.2.1 Análisis de tendencias

Concha (1998) “Consiste en el estudio por medio de números índices, de los cambios en la situación financiera de la empresa en el transcurso del tiempo”, el análisis horizontal determina tendencias al comparar estados financieros sucesivos, las tendencias pueden indicar cambios en políticas contables dentro de la administración, estimación de cambios futuros en la organización, cambios en nivel de precio, en general los cambios ocurridos.

2.3 Razones financieras

Quee (2012) “Son las relaciones existentes entre los diversos elementos que conforman el Estado de Situación Financiera, las que tienen importancia y no los valores absolutos de éstos, considerados aisladamente”, para realizar el análisis financiero es necesario utilizar ratios que ayuden a comprender la situación financiera de una compañía.

Por conveniencia las razones financieras son divididas en cuatro categorías básicas; razones de liquidez, razones de actividad, razones de endeudamiento y razones de rentabilidad.

2.3.1 Razones de liquidez

Morales (2012) Cuando una empresa analiza la liquidez lo que se busca es evaluar si se tienen suficientes recursos para enfrentar todos los compromisos de pago contraídos en el pasado con la cantidad completa y en la fecha pactada. Además debe considerarse un examen de sus habilidades o capacidades para convertir sus recursos en dinero, pues dichos compromisos deben liquidarse en efectivo.

La evaluación de la liquidez de la empresa es muy importante, debido a que esto indicará la capacidad de responder a las obligaciones contraídas.

2.3.1.1 Razón circulante o corriente

Duchac (2009) “La razón circulante representa un indicador más confiable de la capacidad para pagar pasivos circulantes que el capital de trabajo”, la razón financiera usada con mayor frecuencia para medir obligaciones a corto plazo. Se expresa de la siguiente manera:

$$\text{Activos Corrientes} / \text{Pasivos Corrientes.}$$

2.3.1.2 Razón de la prueba del ácido

Gitman (2012) “La razón rápida (prueba de ácido) es similar a la liquidez corriente, con la excepción de que excluye el inventario, que es comúnmente el activo corriente menos líquido” se representa de la siguiente manera:

$$\text{Razón rápida} = \frac{\text{Activo corriente} (-) \text{ inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

2.3.2 Índice de actividad

Herrera y Gonzaga (2016) “Los Índices de actividad, evalúan la rapidez con la que varias cuentas se transforman en ventas o efectivo, es decir, en entradas o salidas”.

Miden que tan rápido diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo, es decir las entradas y salidas. Son conocidas también como de eficiencia, determinan la capacidad de la empresa o la organización de gestionar las cuentas que representan la operación como lo son la rotación de inventarios, la recuperación de la cartera y la capacidad de generar ingresos.

2.3.2.1 Razón de recuperación de cartera

Concha (1998) “Se obtiene dividiendo las ventas netas del ejercicio entre el promedio de cuentas por cobrar. El resultado muestra las veces que esta inversión ha sido recuperada durante el ejercicio y, por lo tanto, puede ser utilizada para medir su cobranza”.

Establece el número de veces en que se recupera la cartera, mientras más veces se recupere la cartera, mayor efectividad tendrá la operación de la empresa esto debido a que la operación se vuelve más dinámica y repercute en la liquidez, se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Razón de recuperación de cartera} = \frac{\text{Ventas al crédito}}{\text{Cuentas por cobrar promedio}}$$

2.3.2.2 Período promedio de cobro

Herrera y Gonzaga (2016) Se deduce dividiendo el saldo de las cuentas por cobrar entre las ventas diarias promedio; en toda empresa del sector comercial es recomendable calcular el periodo promedio de cobro para lograr optimizar de manera eficaz sus políticas de crédito y cobro.

El periodo promedio de cobro representa los días en que la empresa recupera la cartera, mientras menor sean los días resultantes significa que existe una mayor circulación de la mercadería, es de utilidad para evaluar las políticas de crédito y cobro. Se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Período promedio de cobro} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Razón de recuperación de la cartera}}$$

2.3.2.3 Rotación de inventario

Mercadotecnia (2005) “Cuantifica el tiempo que demora la inversión en inventarios hasta convertirse en efectivo y permite saber el número de veces que esta inversión va al mercado, en un año y cuantas veces se repone”. Se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{\text{Costo de los bienes vendidos}}{\text{Inventarios}}$$

Concha (1998) “Una lenta rotación de inventarios puede ser el resultado de la sobreinversión, lo que trae como consecuencia un incremento en los costos de almacenaje, en el deterioro de la mercadería, el cambio de precios, de preferencias, de la demanda, etc.”.

2.3.2.4 Edad promedio del inventario

La rotación de inventario es el costo de los bienes vendidos dividido por el inventario promedio. La edad promedio de inventario da una estimación de cuánto tiempo se tarda en vender una unidad de un determinado producto. La facilidad de cálculo es una ventaja de la antigüedad promedio del análisis de inventario. Representa el número de días que el inventario rota dentro de la empresa, mientras menor sea el número de días significa que existe mayor circulación del inventario lo que se traduce a mejor productividad, se calcula de la siguiente forma:

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

2.3.2.5 Rotación de activos totales

Herrera y Gonzaga (2016) “Por lo tanto, la utilización de sus activos totales (activos corrientes y activos no corrientes) nos muestra la eficiencia que tiene la entidad para así lograr sus ventas proyectadas”.

Indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas. La rotación de los activos totales indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas. Se calcula de la siguiente forma:

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

Cuanto mayor es la rotación de los activos totales de una empresa, mayor es la eficiencia con la que se han usado sus activos. Es probable que esta medida sea de gran interés para la administración porque indica si las operaciones de la empresa han sido eficientes desde el punto de vista financiero (Gitman y Zutter, 2012)

2.3.2.6 Período promedio de pago

Gitman y Zutter (2012) Los posibles prestamistas y proveedores de crédito comercial se interesan más en el periodo promedio de pago porque este índice brinda información sobre los patrones de pago de las cuentas de la empresa”. El período promedio de pago, o antigüedad promedio de las cuentas por pagar, este índice proporciona los días en que la empresa cancela sus obligaciones, se calcula de la misma manera que el periodo promedio de cobro:

$$\text{Período promedio de pago} = \frac{\text{Cuentas por Pagar}}{\frac{\text{Compras Anuales}}{365}}$$

2.3.3 Razón de endeudamiento

Se refiere al porcentaje del activo total que se financia con el pasivo. Se expresa así: pasivo total / activo total. "Si el activo es igual a la suma del pasivo y el capital, y si esta razón es mayor que el 50%, quiere decir que el activo se financia en mayor proporción por pasivos que con capital" (Morales, 2012).

2.3.3.1 Índice de endeudamiento

Herrera y Gonzaga (2016) "La posición del endeudamiento de una organización indica el valor del dinero de otras personas que se utiliza para generar utilidades".

Mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa. Cuanto mayor es el índice mayor es el dinero de otras personas que se utiliza para generar utilidades Se calcula así:

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Total de activos}}{\text{Total de pasivos}}$$

2.3.3.2 Razón de cargos de interés fijo

Soto, Guanuche, Alexandra Solórzano, y Mite (2017) "Determina la capacidad que tiene la empresa para cubrir los intereses generados por financiamientos con la utilidad antes de los impuestos e intereses" mide la capacidad de la empresa para realizar los pagos de interés contractuales, en ocasiones se denomina razón de cobertura de intereses. Cuanto más alto es su valor mayor es la capacidad de la empresa para cumplir con las obligaciones de intereses. Se calcula así.

$$\text{Razón de cargos de interés fijo} = \frac{\text{Ganancia antes de intereses e impuestos}}{\text{Intereses}}$$

2.3.3.3 Razón de la deuda patrimonio

La razón de deuda a patrimonio permite observar el compromiso de los accionistas como los proveedores y acreedores dentro de la compañía “La posición del endeudamiento de una organización indica el valor del dinero de otras personas que se utiliza para generar utilidades La posición del endeudamiento de una organización indica el valor del dinero de otras personas que se utiliza para generar utilidades” (López, 2016).

Mientras más alto es el porcentaje obtenido mayor es el endeudamiento de la empresa con los acreedores sobre los accionistas. “Un alto ratio implica un "apalancamiento" elevado, pero ello no implica necesariamente que la empresa sea peligrosa; todo depende del tipo de empresa” (Concha, 1998), se interpreta también como la parte de la deuda que puede ser pagada con el capital del inversionista, para algunos autores el porcentaje no debe superar al 233% del endeudamiento en relación con el patrimonio, sin embargo la interpretación debe apegarse a las condiciones de cada empresa, este indicador se calcula así:

$$\text{Razón de la deuda a capital} = \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Capital contable}}$$

2.3.3.4 Razón de la deuda o nivel de endeudamiento

Soto, Guanuche, Alexandra Solórzano, y Mite (2017) “También conocida como nivel de endeudamiento, determina el grado de endeudamiento que tiene la empresa en relación con la inversión en activos”

Permite observar el riesgo financiero a la que la empresa está expuesta, otorga idea de general de la deuda y el capital de la compañía; a mayor riesgo financiero mayores son las posibilidades de que no se puedan cubrir las obligaciones. Es utilizada para medir la capacidad de una compañía para hacer frente a la deuda con los activos, brinda rasgos de la solidez de la compañía. Mientras más bajo sea el porcentaje obtenido menor es la necesidad de apalancamiento de la empresa se calcula así:

$$\text{Razón de la deuda} = \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}}$$

2.3.3.5 Ratio o indicador de endeudamiento

(Holded, 2018). “Este ratio tiene como objetivo medir la relación existente entre las dos formas de financiación de las empresas, sus recursos propios y sus recursos ajenos. De tal manera que se sepa su actual posición de endeudamiento sobre su financiación propia”.

Mide la proporción de la deuda respecto a todo el pasivo, este indicador mide la dependencia de la empresa respecto al financiamiento ajeno a corto y a largo plazo, este indicador varía mucho dependiendo del sector de mercado al que pertenezca la empresa; normalmente se ubica en un 40% o 60%, si el indicador muestra porcentajes por encima de éstos se dice que existe una dependencia fuerte del financiamiento ajeno, si por el contrario está por debajo de estos valores podría deducirse que existe ociosidad de recursos, se calcula así.

$$\text{Ratio de endeudamiento} = \frac{\text{Deuda}}{\text{Pasivo total}}$$

2.3.3.6 Coeficiente de endeudamiento a corto plazo

Novicap (2019) “El ratio de endeudamiento es un índice que muestra el volumen de deuda que tiene una empresa en relación con su patrimonio o lo que es lo mismo a qué cantidad de deuda tiene que hacer frente la empresa a partir de sus propios recursos. También es conocido como apalancamiento financiero”.

Es importante porque mide el endeudamiento a corto plazo, para la empresa es importante que este coeficiente esté bajo pues supone pasivos a corto plazo lo que repercute en la liquidez de la empresa. Su cálculo se realizada así:

$$\text{Coeficiente de endeudamiento a corto plazo} = \frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Pasivo total}}$$

2.3.3.7 Coeficiente de endeudamiento a largo plazo

El resultado de este indicador muestra el porcentaje de las deudas de la empresa que se encuentran a largo plazo “Lo más recomendable es que el grosor de la deuda sea a largo plazo ya que así la empresa estará ganando tiempo para amortizar su obligación” (Novicap, 2019), para la empresa es importante que las deudas más significativas estén a largo plazo para no afectar la liquidez, su cálculo se realiza de la siguiente forma:

$$\text{Coeficiente de endeudamiento a largo plazo} = \frac{\text{Pasivo no corriente}}{\text{Pasivo total}}$$

2.3.3.8 Servicio a la deuda

(Pymes y Autónomos, 2015) “Aunque la capacidad de generar caja de una empresa no esté relacionada de manera directa con su solvencia, sí puede considerarse como un buen indicador para medir cuán solvente es una compañía, puesto que a través del efectivo puede afrontar las deudas que tiene con terceros, en especial las deudas a corto plazo”, la función de este indicador es medir la capacidad que tiene la empresa de devolver la deuda a largo plazo,

$$\text{Servicio a la deuda} = \frac{\text{Cash flow}}{\text{Pasivo no corriente}}$$

2.3.3.9 Fondo de maniobra

Para la empresa es importante conocer la disponibilidad que tiene para hacer frente a sus obligaciones, el fondo de maniobra proporciona información para suplir esta

necesidad, este índice se define como “la parte del activo corriente de una empresa financiada con deuda a largo plazo (pasivo no corriente). Se calcula mediante la diferencia entre el activo corriente y la deuda a corto plazo (pasivo corriente)” (Capilla, 2016)

Concha (1998) “Mide el grado de liquidez del pasivo a largo plazo. Es decir, si el pasivo que se tiene podrá ser pagado por la empresa”. Mide la capacidad de la empresa de responder a sus deudas a corto plazo con los activos más líquidos. Este indicador debe ser superior a 1, si estuviese por debajo de esta cifra se interpretaría que la empresa no es capaz de responder a las deudas a corto plazo con la liquidez que es capaz de generar. En ocasiones también este indicador es tomado como indicador de liquidez. Se calcula de la siguiente forma.

$$\text{Fondo de Maniobra} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

2.3.4 Índice de rentabilidad

Arching (2005) Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas. Expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, si no la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. Expresan la habilidad que tiene la empresa para convertir sus ingresos efectivos y transformarlos para solventar sus deudas.

2.3.4.1 Margen de utilidad bruta

Gitman y Zutter (2012) El margen de utilidad bruta mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que la empresa pagó sus bienes. Cuanto más alto es

el margen de utilidad bruta, mejor (ya que es menor el costo relativo de la mercancía vendida. Se calcula así:

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{utilidad bruta}}{\text{ventas}}$$

2.3.4.2 Margen de utilidad neta

Es un ratio financiero que permite analizar la rentabilidad de una empresa “Nos indica el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, incluyendo intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes” (Gitman y Zutter, 2012). Mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de que se dedujeron todos los costos y gastos, incluyendo intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes. Cuanto más alto es el margen de utilidad neta de la empresa, mejor. Se calcula así:

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{ganancia disponible para los accionistas comunes}}{\text{Ventas}}$$

2.3.4.3 Margen de utilidad operativa

Gitman y Zutter (2012) “El margen de utilidad operativa mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes” se denomina margen puro debido a que incluye solo la utilidad ganada en operaciones sin incluir intereses, impuestos y dividendos, se calcula así:

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{utilidad operativa}}{\text{ventas}}$$

2.3.4.3 Rendimiento sobre los activos totales (ROA)

Gitman y Zutter (2012). “Mide la eficacia integral de la administración para generar utilidades con sus activos disponibles; se denomina también rendimiento sobre la inversión”. Mide la eficacia general de la administración para generar utilidades con sus activos disponibles.

Se denomina también retorno de la inversión (ROA) por sus siglas en inglés; *return on total assets*, denominado con frecuencia retorno de la inversión (ROI), mide la eficacia general de la administración para generar utilidades con sus activos disponibles. “Cuanto más alto es el rendimiento sobre los activos totales de la empresa, mejor” (Gitman y Zutter, 2012). Se calcula así:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Ganancia disponible para los accionistas comunes}}{\text{Total de Activos}}$$

2.4 Empresa

Padilla (2015) “Una empresa es una organización en la cual se ejerce una actividad económica planificada y formal, con el objetivo de obtener utilidades al participar en los mercados de bienes y servicios”, es aquella entidad cuyas actividades comerciales están en búsqueda de un fin económico para la satisfacción de los accionistas.

Según el Decreto Número 2-70 el Congreso de la República de Guatemala decreta el Código de Comercio de Guatemala en donde en su artículo número 25 define a la empresa como toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación y administración de bienes o para la prestación de servicios. (Congreso de la República de Guatemala, 1971)

2.4.1 Comercio

Definición MX (2014) Comercio es toda forma de actividad económica consistente en el intercambio o la transferencia de bienes o servicios entre los distintos actores económicos posibles. Es una de las actividades humanas más antiguas y fundamentales para el establecimiento de las primeras economías, así como para el flujo y la expansión de las culturas.

Dentro del ámbito mercantil el comercio está directamente relacionado con la actividad de la empresa y relacionado con el empresario o comerciante, desde el punto de vista legal el concepto de empresa se relaciona al ejercicio del comercio. El comercio es el intercambio de bienes y servicios entre varios participantes a cambio de bienes o servicios de valores similares o a cambio de efectivo.

2.4.2 Comerciante

Son comerciantes quienes ejercen en nombre propio y con fines de lucro, cualesquiera actividades que se refieren a lo siguiente:

- La industria dirigida a la producción o transformación de bienes y a la prestación de servicios.
- La intermediación en la circulación de bienes y a la prestación de servicios.

Según lo indica el Decreto Número 2-70 el Congreso de la República de Guatemala, Código de Comercio de Guatemala.

2.4.3 Comercialización

Eco Finanzas (2018) “En términos generales, los procesos necesarios para llevar los bienes del productor al consumidor”. Es la intermediación que realiza el comerciante al llevar un producto del productor al consumidor final, el propósito fundamental del mercado y de los intermediarios es facilitar el intercambio.

2.4.4 Importancia de la comercialización

Conexionesan (2017) “Las estrategias de producto son las diferentes acciones realizadas desde el marketing con el fin de diseñar y producir un bien o servicio considerando principalmente las necesidades y preferencias del consumidor”.

Básicamente la comercialización es un mecanismo de coordinación de las transferencias entre los distintos integrantes de la cadena productor-consumidor. La mayoría de los bienes que están en el mercado no son abastecidos directamente del productor, debido a que han necesitado de un comercializador. La comercialización contribuye al crecimiento y desarrollo económico.

2.4.4.1 Canales de distribución

Para lograr una adecuada comercialización es importante contar con adecuados canales de distribución, un canal de distribución es cuestión de estrategia debido a que incide en diferentes factores dentro de la empresa inclusive en el precio.

Eco Finanzas (2018) El canal de distribución indirecto se caracteriza porque la empresa utiliza intermediarios para hacer llegar sus productos al consumidor final. Los canales de distribución indirectos pueden ser cortos o largos, dependiendo del número de intermediarios que haya en la cadena de distribución. Los canales de distribución indirectos delegan responsabilidades al limitarse a producir y entregar los productos a otros, pueden ser un distribuidor, un mayorista, un intermediario, entre otros.

Este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas (tiendas especializadas, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, gasolineras, boutiques, entre otros). “En estos casos, el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas (detallistas) que venden los productos al público y hacen los pedidos”. (Thompson, 2017).

Por razones de estrategia no dependen de comercios minoristas, planifican a largo plazo, necesitan contacto directo con el usuario, dentro de las metas a cumplir es lograr que el cliente se identifique con la marca.

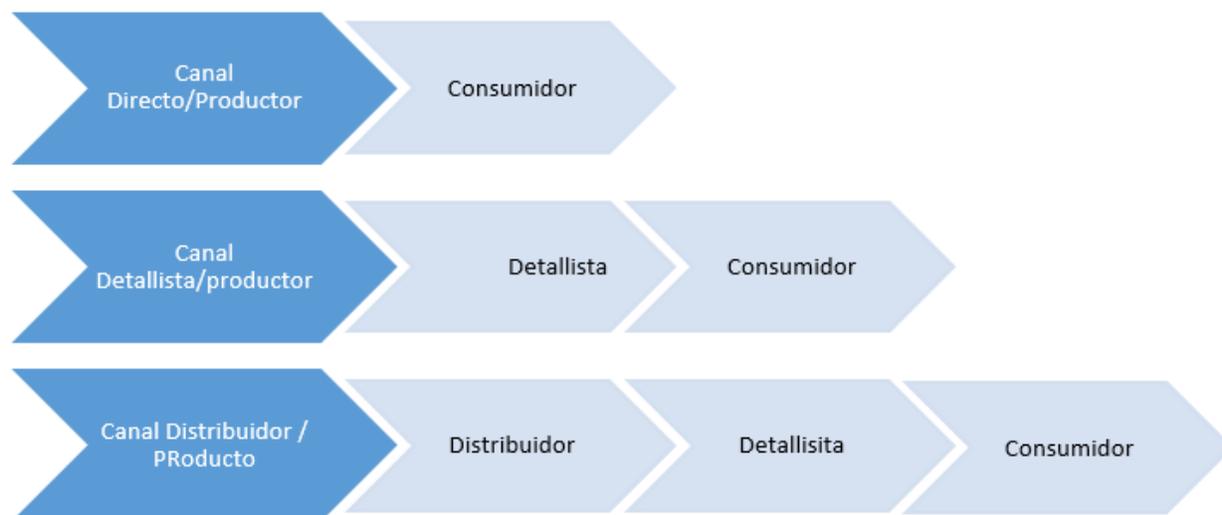


Figura 1: Canales de distribución

Fuente. (Torreblanca, 2018)

En la figura 1 se ejemplifica los canales de distribución, un canal directo va del productor al consumidor sin ningún intermediario, a diferencia del canal indirecto que es cuando existe intervención antes de llegar al consumidor final.

2.4.5 Operaciones de la empresa

Las operaciones que realiza la empresa para su funcionamiento se realizan con el fin de alcanzar la eficiencia. Las empresas en búsqueda de la maximización de sus recursos deben de realizar operaciones de venta con los clientes, de pagos con los que le proveen servicios y deben de realizarse de forma eficiente para garantizar el buen desempeño.

2.4.5.1 Proveedores

Nápoles (2008) El punto de partida es reconocer que el mejor proveedor no es necesariamente el más barato. Por lo general, cuando aplican el método tradicional de compras, las empresas tienen más información sobre los precios de sus proveedores que sobre la confiabilidad de la calidad y planeación de sus productos.

Un proveedor para la empresa es quien le provee de los insumos y servicios necesarios para el funcionamiento, es necesario realizar estudios para seleccionar el que más se acomode a las necesidades de la organización

2.4.5.2 Clientes

Los clientes son individuos u organizaciones que reciben los productos o los servicios de una empresa “Una empresa orientada a los clientes suele centralizar la relación con estos en un área específica y especializada de la empresa” (Arriaza, 2015)

2.4.5.3 Políticas Contables

Concha (1998) No son leyes o reglas de naturaleza inmutable; por el contrario, son lineamientos evolutivos. El proceso evolutivo que afrontan es básicamente el siguiente: se identifica un problema; se busca una solución razonable; si se conviene en que la solución es positiva, su empleo se hará extensivo a otras realidades con una situación similar.

Según la Norma Internacional de Contabilidad No. 8 Políticas contables son los principios específicos, bases, acuerdos, reglas y procedimientos adoptados por la entidad en la elaboración y presentación de estados financieros.

2.4.4.4 Impuestos empresariales

Gitman y Zutter (2012) Los impuestos son un hecho en la vida, y las empresas, como los individuos, deben pagar impuestos sobre la renta. El ingreso de las propiedades

unipersonales y las sociedades se grava como el ingreso de propietarios individuales; el ingreso corporativo está sujeto a impuestos corporativos. Los impuestos son tributos que las empresas deben pagar al Estado para costear las necesidades del país.

2.4.4.5 Costo

Duchac (2009) Un costo es un pago en efectivo o el compromiso de pagar efectivo en el futuro con el propósito de generar ingresos. Por ejemplo, el efectivo (o el crédito) que se utilizan para comprar equipo es el costo del equipo. Si el equipo se compra mediante intercambio de activos distintos a efectivo, el valor de mercado actual de los activos cedidos es el costo del equipo comprado.

Los costos son aquellos íntimamente ligados al giro de la empresa, es decir aquellos que se generan en función de buscar rentabilidad.

2.4.4.6 Gasto

Cuando la empresa realiza un gasto recibe una contraprestación como un bien o servicio. Los gastos se dividen en gastos fijos y gastos variables. Los gastos fijos no varían en el transcurso de un periodo determinado, pues no se determinan en función de la producción o ventas. Los gastos variables si dependen de la producción que realiza la empresa.

2.6 Tecnología

Raffino (2020) “La tecnología es el conjunto de nociones y conocimientos científicos que el ser humano utiliza para lograr un objetivo preciso, que puede ser la solución de un problema específico del individuo o la satisfacción de alguna de sus necesidades”.

Es la ciencia aplicada a la resolución de problemas, son conocimientos que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y la satisfacción de necesidades esenciales y deseos de la humanidad.

2.6.1 Productos tecnológicos

Un producto es un objeto que surge después de un proceso de fabricación, creado para su comercialización en el mercado. Producto tecnológico, es el producto que está vinculado con la tecnología, se asocia con las habilidades y los conocimientos que posibilitan la fabricación de objetos y la transformación de la naturaleza.

2.6.1.1 Computadoras

Una computadora es un dispositivo capaz de recibir, procesar y almacenar información, también se define como “un dispositivo que procesa datos y los convierte en información útil para las personas. Cualquier computadora sin importar su tipo se controla con instrucciones programadas, las cuales le dan a la máquina un propósito” (Norton, 2006).

2.6.1.2 Laptops

Definición MX (2014) “Se denomina laptop a una computadora compacta y capaz de ser transportable debido a su poco peso. Una laptop tiene las mismas capacidades que puede observarse en una computadora de escritorio”. Una laptop proporciona las mismas características que la computadora de escritorio con la cualidad principal de ser compacta, lo que la hace más útil para el ámbito empresarial y de estudio.

2.6.1.3 Impresoras

Una impresora o dispositivo de impresión “es un periférico que, cuando conectado a una computadora o a una red de computadoras mediante cableado o conexión inalámbrica, ofrece la posibilidad de imprimir sobre papel u otros tipos de sustrato los textos o gráficos producidos por una aplicación” (Tecnología + Informática, 2020)

La impresora es complementaria a la computadora o laptop, pues es el medio que se utiliza para dejar por escrito los informes, trabajos, entre otros.

2.6.1.4 Memorias USB

Una memoria USB por sus siglas en inglés universal serial bus, es un dispositivo que sirve para almacenar datos de manera portátil, existen diferentes capacidades en el mercado.

2.6.1.5 Disco duro

Se trata de dispositivos de almacenamiento de mayor capacidad que la memoria USB “Los discos duros son dispositivos de almacenamiento de información con gran cantidad de especificaciones en cuanto a su capacidad, velocidad e interfaz” (Discos Duros, s.f.).

2.6.1.6 Tableta

Una tableta o llamada comúnmente *tablet* por el término en inglés; es un tipo de computadora portátil, de mayor tamaño que un smartphone, integrando una pantalla táctil o multitáctil, con la que se interactúa principalmente con los dedos, sin necesidad de teclado físico.

2.6.1.7 Smartphone

Es un término utilizado para móviles que ofrecen más funciones que los móviles comunes “Es un teléfono celular con pantalla táctil y un robusto sistema operativo con el que los usuarios pueden conectarse a internet, instalar aplicaciones y llevar a cabo muchas de las actividades que podrían realizar en una computadora” (Lozano, 2020)

Los usos que se le dan al smartphone son múltiples debido a las características que poseen “Un smartphone es un teléfono móvil o celular que funciona con un sistema operativo móvil (OS) y funciona como una minicomputadora. Los smartphones también funcionan como reproductores multimedia portátiles, cámaras digitales, videocámaras y dispositivos de navegación GPS.” (Lenovo, s.f.)

2.6.1.8 Accesorios

El mercado de los productos relacionados con la tecnología es muy amplio. Los accesorios tecnológicos tienen muy buena aceptación en el mercado. ABI Research calcula que en 2015 este negocio alcanzó los 81.500 millones de dólares. Un volumen que irá creciendo en un 4.3% hasta los 101.000 millones de dólares en 2020. Dentro de los accesorios con mayor aceptación en el mercado están:

- Cargadores para computadora o laptop
- Baterías portátiles para laptop o móviles
- Auriculares
- Fundas
- Hub USB
- Periféricos bluetooth
- Cargador para coche

2.6.1.9 Software

Es el conjunto de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas. El uso del software va a depender de la necesidad o de la productividad que se requiera en la organización, dentro de los que se puede mencionar: Microsoft Office, Adobe Reader, Mozilla Firefox, Antivirus, etc. Son indispensables el uso de las computadoras.

2.6.1.10 Servicios cloud

En los últimos años la necesidad de almacenar información ha aumentado considerablemente, por lo que obtener dispositivos que realicen esta tarea es muy

importante. “El cloud computing o computación en la nube es un término amplio que abarca todo lo relacionado con los servicios que se encuentran alojados en internet” (Carrillo, 2019)

Los servicios cloud proporcionan una herramienta acorde a las necesidades de cada usuario “El segundo segmento de mercado más grande son los servicios de infraestructura en la nube, o infraestructura como servicio (IaaS), que se prevé que crezca este año de orden de un 13,4% hasta los 50.400 millones de dólares.” (MuyCanal, 2020)

El uso de la nube es una de las opciones que la tecnología pone a disposición del mercado, según predicciones para los próximos años la mayoría de las empresas habrán migrado sus datos y servicios a la nube. Existen tres diferentes tipos de nube:

- Nube Pública: ofrece sus servicios a cualquier usuario de internet, el servidor y almacenamiento pertenece al que provee el servicio, el usuario sólo paga por el ancho de banda que consume.
- Nube Privada: ofrece sus servicios a un número limitado de usuarios a través de una red de la empresa.
- Nube Híbrida: es una combinación de la pública y la privada

3. METODOLOGÍA

El presente capítulo contiene la Metodología del trabajo de graduación que explica en detalle de qué y cómo se hizo para resolver el problema relacionado con el análisis y evaluación financiera de una entidad dedicada a la comercialización de productos tecnológicos en Guatemala.

3.1 Definición del problema

Las empresas cada año realizan planificación anual que contempla las ventas proyectadas del año, los cobros a realizar proyectan lo que van a comprar en el año, así como otros rubros de importancia. Sin embargo, muchas veces no se toma en cuenta los ciclos de operación. ¿Cuál es la situación financiera actual de una empresa dedicada a la comercialización de productos tecnológicos en Guatemala?

Es de vital importancia que las empresas realicen análisis y evaluación financiera, a través de índices financieros para conocer su situación y así mitigar las deficiencias que resulten de las revisiones oportunas.

La empresa dedicada a la comercialización de productos tecnológicos en Guatemala es el objeto de estudio, la empresa actualmente genera más de 200 fuentes de empleo, cuenta con una amplia gama de productos relacionados a la tecnología personal y empresarial, cuenta con 20 años en el mercado guatemalteco.

En la comercializadora las compras de inventario las realiza casa matriz y considera únicamente las metas por país para cada despacho, por lo que existe sobreabastecimiento en algunas ocasiones, los pagos a proveedores de servicios se hacen de forma local a un mes crédito y el manejo de la cuenta por cobrar se hace a 30 días o más según sea el cliente y el volumen de compra.

3.2 Delimitación del problema

El trabajo de graduación se realizó en entidad dedicada a la comercialización de productos tecnológicos, ubicada en el municipio de Guatemala, en el departamento de

Guatemala, se realizó en el periodo del 01 de enero del año 2016 al 31 de diciembre del año 2018.

3.3 Objetivos

Realizar los análisis correspondientes a cada uno de los principales ciclos de operación de la empresa; lo cual permitirá la correcta evaluación financiera de la empresa para conocer la situación financiera, lo cual facilitará a los directivos realizar una correcta planificación para el próximo año, ser de ayuda en la toma de decisiones de la problemática actual.

3.3.1 Objetivo general

Realizar un análisis y evaluación financiera de una entidad dedicada a la comercialización de productos tecnológicos en Guatemala.

3.3.2 Objetivos específicos

- Analizar los estados financieros de los años 2016, 2017 y 2018 a través de la aplicación de razones financieras para interpretar los índices financieros que afectan a la empresa comercializadora de productos tecnológicos.
- Revisar el manejo de inventarios, de cuenta por cobrar y de la cuenta por pagar con base en los registros históricos de los últimos 3 años, para recomendar una adecuada gestión.
- Conocer los gastos más elevados en el último año a través de la información financiera obtenida, para identificar las áreas de optimización y mejora financiera de la compañía.

3.3 Métodos

Es el conjunto de procedimientos que, valiéndose de técnicas e instrumentos, examina y soluciona problemas de investigación; para el desarrollo del trabajo. Dentro de los

métodos generales que apoyan a la investigación científica se desglosan a continuación y posteriormente se describen cada uno de ellos:

3.3.1 Método científico

Se realizó análisis cuantitativo con el fin de establecer un orden lógico de variables numéricas para realizar análisis financiero a los periodos seleccionados, con el propósito de recomendar mejoras a la entidad que permita obtener la maximización de los recursos actuales.

El diseño de la investigación utilizado es no experimental transversal o transeccional, debido que se realizó análisis de las distintas variables y su relación en un período determinado de tiempo. Las fases que corresponden al método científico aplicadas son las siguientes:

3.3.1.1 Fase indagadora

Brindó orientación y actualización de conocimientos previos, en la selección y recolección de datos. Como parte del proceso de recopilación de información por medio de fuentes primarias: Visita preliminar, trabajo de campo y fuentes secundarias: libros, estadísticas, reportes previos

3.3.1.2 Fase demostrativa

Fue utilizado para comprobar la situación actual de la comercializadora, se hizo uso de los siguientes métodos de investigación para determinar lo anterior: Análisis: se observó y administró la información recolectada por proceso individualizado de cada área de estudio, principalmente por medio de la utilización de la técnica de entrevista en la visita preliminar. Inducción: su objetivo fue sustentar y validar los principales problemas iniciando de lo específico a lo general valiéndose de las formulaciones del análisis financiero para poder brindar y apoyar con las conclusiones. Síntesis: Se basó en el orden de las ideas que apoyaron a solventar la validez del análisis financiero.

3.3.2 Método deductivo

Este método consiste en el uso de principios generales a casos particulares. Se hizo uso del razonamiento por el método deductivo realizar análisis financiero, los principios generales utilizados fueron: análisis vertical, análisis horizontal y los indicadores financieros resultantes de los estados financieros de la comercializadora.

3.3.3 Método histórico

Este método se caracteriza por el uso de sucesos en orden cronológico para adquirir conocimiento. Para conocer la evolución y desarrollo del fenómeno de la investigación es necesario conocer la historia, las etapas que la conforman, los hechos históricos fundamentales y para conocer los antecedentes de la unidad de análisis.

3.4 Técnicas de investigación aplicadas

Se componen de las herramientas que se utilizaran para resolver los posibles problemas metodológicos que surjan en la investigación. En las técnicas de investigación, se emplean dos formas generales: investigación documental e investigación de campo.

3.4.1 Técnicas de investigación documental

Se hizo una revisión bibliográfica para elaboración del marco teórico, tomando como base las doctrinas existentes, en las técnicas se utiliza la lectura analítica, subrayado, resumen, citas textuales, entre otras.

3.4.2 Técnica de investigación de campo

Se utiliza para recolectar información del área financiera, dentro del análisis realizado se hace uso de: la observación, como técnica al observar las operaciones de primera mano, para analizar de forma correcta los procesos, de cuestionarios a los encargados

de cada área objeto de análisis, para conocer el manejo de las políticas existentes y el análisis de la Información. Revisión y análisis de la información obtenida.

3.4.2.1 Observación

Es una de las más usuales para observar los diferentes hechos que se presentan en la entidad. En ella se observó los procesos cotidianos de cada una de las principales actividades dentro de la comercializadora.

3.4.2.2 Equipo tecnológico

Este medio se utilizó para recolectar y guardar información. Todo aquel material utilizado para validar y comprobar el análisis realizado a la comercializadora.

3.4.2.3 Entrevista

Se entrevistó al jefe del área financiera, al jefe de créditos y cobros y al jefe de pago a proveedores dentro de la empresa que comercializa productos, con el fin de conocer de primera mano las políticas contables relacionadas a cuenta por cobrar, cuenta por pagar e inventarios, conocer los eventos especiales de cada área con el fin de analizar las cifras obtenidas de forma correcta. Ver anexo 1, 2 y 3.

4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La comercializadora de productos tecnológicos a través del jefe del área financiera, proporcionó estados financieros de los años 2016, 2017 y 2018. Para una mayor comprensión de los estados financieros se realizó entrevista con el jefe del área financiera, jefe del área de créditos y jefe de cuentas por pagar.

4.1 Estructura actual comercializadora

Con el fin de observar el desempeño de la comercializadora en los años 2016, 2017 y 2018 se describe a continuación el balance de los años analizados obtenido del área financiera.

Tabla 1

Balance general años 2016, 2017, 2018.

Comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala

Cifras expresadas en miles de quetzales

Descripción	2016	2017	2018
Activo			
Activo corriente			
Bancos	5,660	11,789	3,008
Caja	71	90	67
Clientes	45,639	81,981	90,208
Otras Cuentas por Cobrar	354	446	434
Inventarios	69,934	77,803	103,291
Total Activo Corriente	121,658	172,108	197,008
Total Activo No Corriente	41,945	31,192	34,518
Suma del Activo	163,603	203,300	231,526
Pasivo			
Proveedores	71,013	87,935	67,136
Cuentas por pagar	4,144	19,595	15,437
Total Pasivo Corriente	75,157	107,529	82,573
Total Pasivo No Corriente	6,700	6,045	54,786
Total Pasivo	81,857	113,574	137,359
Total Patrimonio	81,746	89,726	94,167
Sumas de pasivo y Capital	163,603	316,874	368,885

Fuente: Área financiera de la comercializadora de productos tecnológicos

La tabla 1 contiene la información utilizada como base para realizar análisis vertical y horizontal y los indicadores financieros, con el fin de establecer el estado actual de la empresa.

A continuación, se presenta estado de resultados de la comercializadora obtenida del área financiera con el fin de analizar los ingresos costos y gastos de la comercializadora a través de análisis vertical y horizontal y la obtención de los indicadores pertinentes.

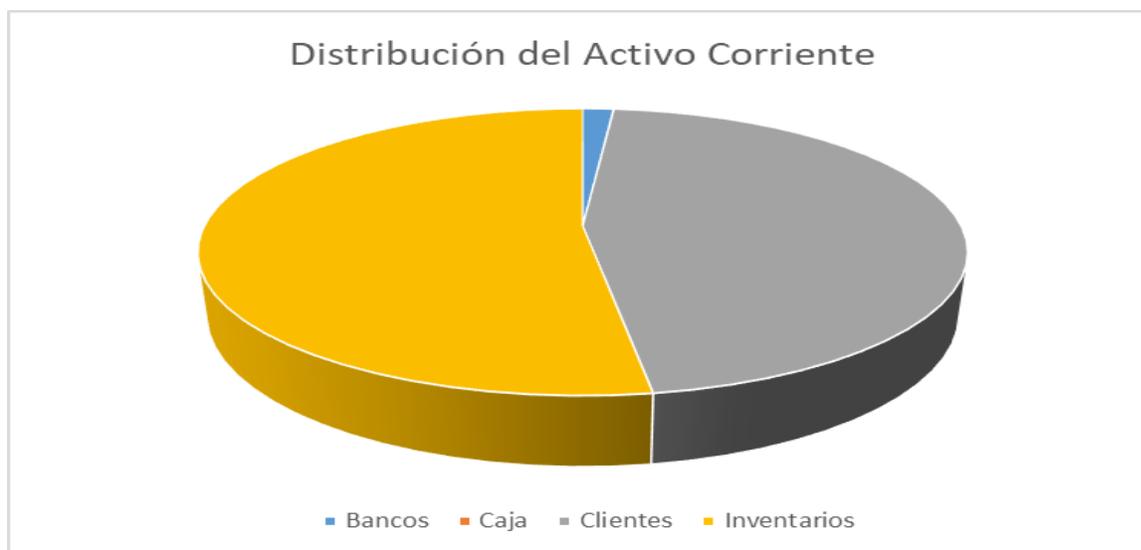
Tabla 2
Estado de resultados año 2016, 2017 y 2018
Comercializadora de productos tecnológicos
Cifras expresadas en miles de quetzales

Descripción	2016	2017	2018
Ingresos Netos	669,505	804,252	1,077,243
Costo de Ventas	602,249	734,622	995,130
Utilidad Bruta	67,255	69,629	82,113
Gastos de Operación	48,085	52,302	67,837
Utilidad Operacional	19,171	17,328	14,276
Otros Ingresos	(65)	(39)	(45)
Otros Gastos	6,666	6,382	6,836
Utilidad antes de ISR	12,569	10,985	7,484

Fuente: Área financiera de la comercializadora de productos tecnológicos

En la tabla 2 se muestra el estado de resultados de la comercializadora de los años 2016, 2017, y 2018; dichos años fueron utilizados para la aplicación del análisis de la situación financiera de la comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala.

Gráfica 4
Distribución del activo corriente del año 2018



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica número 4 se observa que, al cierre del año 2018, las cifras predominantes en el activo corriente son Inventarios con el 52% del total del activo Corriente y clientes con el 46%, lo que demuestra una alta concentración del activo Corriente en inventarios durante el año 2018.

4.2 Análisis de estados financieros de los años 2016, 2017 y 2018

Se realizó el análisis a los estados financieros de la comercializadora de productos tecnológicos durante los años 2016, 2017, 2018, con el objeto de analizar el desempeño de los tres años. Esto permitió determinar la composición y estructura de los estados financieros.

4.2.1 Análisis horizontal

Este tipo de análisis permite observar las variaciones que hayan tenido las cuentas de los estados financieros dentro de los años 2016, 2017 y 2018, este análisis tiene el propósito de mostrar el crecimiento o decrecimiento en las operaciones de la empresa

al comparar años y de este modo determinar cambios ocurridos en la posición financiera.

Con el propósito de establecer las principales variaciones en el balance general de los años analizados a continuación se observa en la tabla 3 análisis horizontal realizado con la información obtenida de la comercializadora.

Tabla 3
Análisis horizontal del balance general de los años 2016, 2017 y 2018
Comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala
Cifras expresadas en quetzales y porcentajes

Descripción	Análisis Horizontal			
	Variaciones		Variaciones	
	2017-2016	%	2018-2017	%
Activo				
Corriente				
Bancos	6,128,590	108.28%	(8,780,654)	-74.48%
Caja	19,003	26.93%	(22,858)	-25.52%
Clientes	36,341,791	49.13%	8,227,187	8.45%
Otras cuentas por cobrar	91,898	25.97%	(11,672)	-2.62%
Inventarios	7,869,074	11.25%	25,487,696	32.76%
Total Activo Corriente	50,450,356	41.47%	24,899,699	14.47%
Fijo				
Mobiliario y equipo	807,283	19.97%	171,244	3.53%
Vehículos	101,478	5.60%	(690,980)	-36.13%
Equipo de computación	505,585	10.71%	667,112	12.77%
Herramientas y máquinas	-	0.00%	-	0.00%
Construcciones	305,196	5.23%	76,822	1.25%
Depreciaciones acumuladas	(853,848)	6.79%	(324,286)	2.42%
Gastos anticipados	(1,089,631)	-35.36%	681,068	34.19%
Creditos fiscales	(9,356,602)	-62.35%	(37,028)	-0.66%
Impuestos anticipados	(1,376,534)	-10.68%	2,882,692	25.05%
Inversiones	200,228	3.38%	(110,000)	-1.80%
depósitos en garantía	3,274	0.38%	9,617	1.13%
Total activo no corriente	(10,753,571)	-25.64%	3,326,261	10.66%
Suma del activo	(2,884,497)	-6.88%	(4,542,813)	-11.63%

Tabla 3
Análisis horizontal del balance general de los años 2016, 2017 y 2018
Comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala
Cifras expresadas en quetzales y porcentajes

Descripción	Análisis Horizontal			
	Variaciones		Variaciones	
	2017-2016	%	2018-2017	%
Pasivo				
Proveedores	16,921,157	23.83%	(20,798,071)	-23.65%
Cuentas por pagar	15,450,845	372.87%	(4,157,899)	-21.22%
Total Pasivo Corriente	32,372,002	43.07%	(24,955,970)	-23.21%
Provisión laboral	(654,665)	-9.77%	(1,704)	-0.03%
Cuentas por pagar	-	0.00%	48,742,785	100.00%
Total Pasivo No corriente	(654,665)	-9.77%	48,741,081	806.32%
Total pasivo	31,717,337.0	38.75%	23,785,111	20.94%
Capital				
Capital Social				
Reserva legal	(398,971)	-7.12%	1,019,984	19.60%
Utilidad (Pérdida) acumulada	9,427,026	14.54%	6,959,464	9.37%
Resultado del ejercicio	(1,048,607)	-11.61%	(3,538,599)	-44.35%
Total patrimonio	7,979,448	9.76%	4,440,849	4.95%
Sumas de pasivo y capital	39,696,785.0	24.26%	28,225,960.0	13.88%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3 se observa análisis horizontal a las cuentas de balance general, en los activos corrientes destaca un crecimiento en las cuentas por cobrar el cual se relaciona con el aumento en ventas al crédito; durante los años 2017-2016, crecimiento de Q36,341,791 que representa el 49.13% y para el 2018-2017 un crecimiento de Q.8,227,187 que representa el 8.45%.

En los inventarios finales para el 2017-2016 se observa un incremento del 11.25% y para el 2018-2017 en 32.76%, lo que indica que no existe una adecuada rotación del inventario. Los resultados obtenidos de caja y bancos mostraron un incremento de 108.28% para los años 2017-2016 y de un decremento de 74.48% para los años 2009-2008, esta variación se derivada a que por políticas de la compañía todo el efectivo

recibido debe ser enviado a casa matriz, toda vez que se haya cumplido pagos a los proveedores, intereses bancarios, impuestos y provisiones laborales, entre otros.

La cuenta de vehículos durante los años 2017-2016 tuvo un crecimiento del 5.60%, para los años 2018-2017 decreció en 36.13% lo que significó una disminución de Q. 690,980; esto debido a que la comercializadora vendió los vehículos depreciados en su totalidad y adquirió contrato de leasing por cinco años.

El crédito fiscal tiene una notable variación negativa en el período 2017-2016 de Q.9,356,602, lo que representa un 62.35%, para el período 2018-2017 la variación fue mínima.

Dentro del pasivo a corto plazo en el período 2016-2017 se observa aumento en las cuentas por pagar de Q.15,450,845 lo que representa un 372.67%; sin embargo en el período 2018-2017 el comportamiento decrece en Q.4,157,899 esto debido a que derivado de revisiones de auditoría realizadas se determina que la clasificación correcta es cuentas por pagar a largo plazo; en el período 2018-2017 ya se observa la cuenta dentro del pasivo a largo plazo con un monto que asciende a Q. 48,,742,785.

En las cuentas relacionadas al capital se observa que las utilidades de los períodos evaluados han decaído; en el período 2017-2016 decreció en un 11.61% y en los años 2018-2017 decreció en un 44.35%; dichas cifras para la compañía son alarmantes por lo que fue necesaria una revisión profunda para determinar las posibles causas de la caída de las ganancias y realizar las propuesta pertinentes.

Tabla 4
Análisis horizontal estado de resultados de los años 2016, 2017 y 2018
Comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala
Cifras expresadas en quetzales y porcentajes

Descripción	Análisis Horizontal			
	Variaciones		Variaciones	
	2017-2016	%	2018-2017	%
Ingresos Netos	134,747,120	20.13%	272,991,082	33.94%
Costo de Ventas	132,373,191	21.98%	260,507,797	35.46%
Utilidad Bruta	2,373,929	3.53%	12,483,285	17.93%
Gastos de Operación	4,217,013	8.77%	15,535,312	29.70%
Utilidad Operacional	(1,843,084)	-9.61%	(3,052,027)	-17.61%
Otros Ingresos	25,549	-39.37%	(5,270)	13.40%
Otros Gastos	(284,649)	-4.27%	454,299	7.12%
Utilidad antes de ISR	(1,583,984)	-12.60%	(3,501,056)	-31.87%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4 se observa que las ventas crecieron en el período 2017-2016 en 20.13% y durante 2018-2017 en 33.94%, el crecimiento del costo de ventas tuvo el mismo comportamiento, aumentó en el período 2017-2016 en 21.98% y durante 2018-2017 en 35.46%.

No obstante la utilidad bruta, después de haber crecido en 3.53% para el período 2017-2016, para los años 2018-2017 reflejó también un crecimiento del 17.93%, como resultado del incremento de ventas y del costo de ventas, los gastos operativos en los años 2017-2016 aumentaron en 8.77% sin embargo para el período 2018-2017 el aumento fue del 29.70%, los gastos aumentaron notablemente en el último período evaluado, originado por aumentos de los rubros de sueldos y salarios, combustibles, seguros, mantenimiento y reparaciones, viáticos y comisiones, pago de leasing de vehículos; todo esto debido al incremento de las operaciones.

4.2.2 Análisis vertical

El análisis vertical es la evaluación del funcionamiento interno de la empresa en un período específico, determina el grado de representación que tiene una cuenta o un

grupo de cuentas frente al todo, los resultados son expresados como porcentaje. Este análisis fue realizado comparando las cifras de estado de resultados y balance general durante los años 2016, 2017 y 2018.

Tabla 5
Análisis vertical del balance general de los años 2016, 2017 y 2018
Comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala
Cifras expresadas en porcentajes

Descripción	Análisis Vertical					
	2016		2017		2018	
	Parcial	Total	Parcial	Total	Parcial	Total
Activo						
Circulante						
Bancos	5%		7%		2%	
Caja	0%		0%		0%	
Clientes	38%		48%		46%	
Otras cuentas por cobrar	0%		0%		0%	
Inventarios	57%		45%		52%	
Total activo corriente	100%	74%	100%	85%	100%	85%
Fijo						
Mobiliario y equipo	10%		16%		15%	
Vehículos	4%		6%		4%	
Equipo de computación	11%		17%		17%	
Herramientas y máquinas	1%		1%		1%	
Construcciones	14%		20%		18%	
Depreciaciones acumuladas	-30%		-43%		-40%	
Gastos anticipados	7%		6%		8%	
Creditos fiscales	36%		18%		16%	
Impuestos anticipados	31%		37%		42%	
Inversiones	14%		20%		17%	
Depósitos en garantía	2%		3%		3%	
Total Activo No Corriente	100%	26%	100%	15%	100%	15%
Suma del Activo		100%		100%		100%

Tabla 5
Análisis vertical del balance general de los años 2016, 2017 y 2018
Comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala
Cifras expresadas en porcentajes

Descripción	Análisis Vertical					
	2016		2017		2018	
	Parcial	Total	Parcial	Total	Parcial	Total
Pasivo						
Proveedores	94%		82%		81%	
Cuentas por pagar	6%		18%		19%	
Total Pasivo Corriente	100%	46%	100%	53%	100%	36%
Provisión laboral	100%		100%		11%	
Cuentas por pagar	0%		0%		89%	
Total Pasivo No Corriente	100%	4%	100%	3%	100%	24%
			0%			
Total Pasivo		50%		56%		59%
Capital						
Capital Social	3%		3%		2%	
Reserva Legal	7%		6%		7%	
Utilidad (pérdida) acumulada	79%		83%		86%	
Resultado del ejercicio	11%		9%		5%	
Total patrimonio	100%	50%	100%	44%	100%	41%
			0%			
Sumas de pasivo y capital		100%		100%		100%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5 se observa que a través del uso del análisis vertical realizado al balance general de la comercializadora; se determinó comparaciones proporcionales de los rubros de activo, pasivo y cuentas relacionadas al capital, se obtuvieron los siguientes resultados:

Las cuentas de activo a corto plazo representan el 74.36% para el año 2016, en el año 2017 un 84.66% y para el 2018 un 85.09% del total de los activos; integrados por caja, bancos, clientes, otras cuentas por cobrar e inventarios, siendo las cuentas de mayor

participación; la cuenta de inventarios que al finalizar el año 2016 representaba el 57.48%, para el año 2017 un 45.21% y para el año 2018 un 52.43%, la cuenta clientes para el año 2016 representó un 37.51%, para el año 2017 un 47.63% y para el año 2018 un 45.79%, las cuentas de caja y bancos conjuntamente tienen un participación del 4.71% durante el 2016, para el 2017 6.90% y para el 2018 1.56%, siendo que el activo corriente se represente en un 100%.

Las cuentas de activo no corriente representan el 25.64% para el año 2016, en el año 2017 un 15.34% y para el 2018 un 14.91% del total de los activos; las cuentas de mayor relevancia se distribuyen de la siguiente forma: Créditos fiscales al finalizar el año 2016 representaba el 35.78%, para el año 2017 un 18.11% y para el año 2018 un 16.26%; lo que denota una disminución en el año 2017, los Impuestos anticipados para el año 2016 representó un 30.72%, para el año 2017 un 36.90% y para el año 2018 un 41.69%.

Las inversiones tienen un participación del 14.12% durante el 2016, para el 2017 19.63% y para el 2018 un 17.42%, El equipo de computación posee para el 2016 11.25%, para el 2017 16.75% y para el 2018 un 17.07%, para mobiliario y equipos 9.64% para el año 2016, en el 2017 un 15.55% y para el 2018 un 14.55%, demostrando para 2017 y 2018 una mínima diferencia en la los porcentajes obtenidos.

Los pasivos corrientes se representaron de la siguiente manera: proveedores 45.94% para el año 2016, el 52.89% en el año 2017, y de 35.66% en el año 2018, del total del pasivo y el patrimonio neto; siendo el pasivo corriente representado por un 100% las cuentas que lo conforman son: proveedores con un 94.49% en el año 2016, para el año 2017 un 81.78% y para el año 2018 se representa en un 81.31%, donde se observa un disminución considerable en los últimos dos años; las cuentas por pagar corto plazo representaron el 5.51% para el año 2016, el 18.22% en el año 2017, el 18.69% en el año 2018.

Los pasivos a largo plazo o no corriente representan sólo el 4.09% para el 2016, para el 2017 un 2.97% y para el 2018 un 23.68% Las cuentas relacionadas al capital poseen el 49.97% para el año 2016, para el año 2017 un 44.12% y para el año 2018 un 40.67%.

En la tabla 6 se realizó análisis vertical al estado de resultados con la información obtenida de la comercializadora, con el propósito de establecer el peso porcentual de cada uno de los rubros que lo integran.

Tabla 6
Análisis vertical el estado de resultados de los años 2016, 2017 y 2018
Comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala
Cifras expresadas en porcentajes

Descripción	Análisis Vertical					
	2016		2017		2018	
	Parcial	Total	Parcial	Total	Parcial	Total
Ingresos Netos		100%		100%		100%
Costo de Ventas	89.95%		91.34%		92.38%	
Utilidad Bruta	10.05%		8.66%		7.62%	
Gastos de Operación	7.18%		6.50%		6.30%	
Utilidad Operacional	2.86%		2.15%		1.33%	
Otros Ingresos	-0.01%		0.00%		0.00%	
Otros Gastos	1.00%		0.79%		0.63%	
Utilidad antes de ISR	1.88%		1.37%		0.69%	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6 se observa que el costo de ventas tiene el porcentaje de mayor representatividad, durante el año 2016 fue de 89.95%, en el 2017 de 91.34% y para el 2009 es de 92.38% con relación a los ingresos netos por las ventas; los gastos de operación representan dentro del estado de resultados del año 2016 un 7.18%, en el 2017 de 6.50% y en el 2018 de 6.30%, otros gastos representan 1.00% para el año 2016 y para el 2017 un 0.79% y de 0.63% en el 2009.

4.3 Análisis por medio de razones financieras

Las razones financieras constituyen una metodología para el análisis financiero; son utilizadas para cuantificar o medir la situación financiera de una compañía; representan la relación matemática entre una cantidad con otra. Las razones financieras permiten analizar de forma más objetiva los rubros más importantes dentro de las finanzas de la empresa para la toma de decisiones.

4.3.1 Análisis de razones de liquidez

Las razones de liquidez miden la capacidad que tiene la compañía para hacer frente a sus compromisos a corto plazo, se utiliza los activos corrientes al considerarse los de mayor facilidad para convertirse en efectivo y poder hacer frente a obligaciones inmediatas, con los estados financieros obtenidos se realizan los indicadores detallados en la tabla 7.

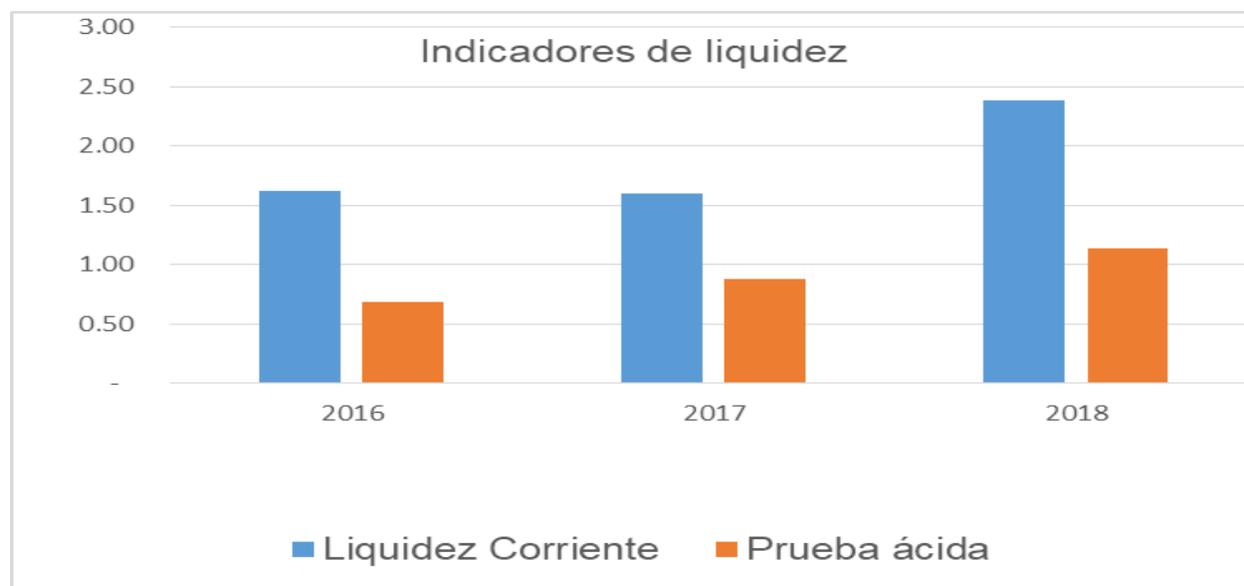
Tabla 7
Indicadores de liquidez años 2016, 2017 y 2018
Comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala
Cifras expresadas en quetzales y número de veces

Razón Financiera	2016	2017	2018
Liquidez Corriente			
Activos Corrientes	121,657,788	172,108,144	197,007,843
(/) Pasivos Corrientes	75,157,143	107,529,145	82,573,175
Liquidez Corriente (veces)	1.62	1.60	2.39
Prueba ácida			
Activos Corrientes	121,657,788	172,108,144	197,007,843
(-) Inventario	69,934,299	77,803,373	103,291,069
Parcial	51,723,489	94,304,771	93,716,774
(/) Pasivos Corrientes	75,157,143	107,529,145	82,573,175
Prueba ácida (veces)	0.69	0.88	1.13

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos en la tabla 7 indicadores de liquidez demuestran que los activos corrientes cubren los pasivos inmediatos al vencimiento, al analizar la liquidez corriente obtenida en el año 2016 la cual fue de 1.62, 2017 1.60 y 2018 de 2.39, se observa un notable incremento en el último año lo que está ligado al incremento del inventario en el último año evaluado, la liquidez obtenida es positiva sin embargo es necesario analizar un adecuado manejo de la rotación del inventario para mejorar dicho indicador. La prueba de ácido realizada a los periodos evaluados indica una recuperación en este índice financiero pues para el último año ya supera la unidad.

Gráfica 5
Comparativo de indicadores de liquidez años del 2016 al 2018
Comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 5 se observa que los índices de liquidez han mejorado para el último año evaluado, esto debido al aumento del inventario para el año 2018 y a el alto pago de proveedores durante ese año.

4.3.2 Análisis de los índices de actividad

Los índices de actividad o de rotación permiten a la empresa analizar la eficiencia en la recuperación de los recursos; es necesario para la empresa conocer el tiempo en que se recupera la cartera, el tiempo ideal para el pago a los proveedores y analizar el comportamiento del inventario; esto con el fin de maximizar la productividad. Uno de los objetivos del análisis a la comercializadora es analizar la cuenta por cobrar, cuenta por pagar y el inventario, con el fin de determinar la correcta gestión. En la tabla 8 se describen los principales indicadores de actividad realizados con los estados financieros obtenidos del área financiera de la comercializadora.

Tabla 8
Indicadores de actividad
Comercializadora de productos de tecnología en Guatemala
Cifras expresadas en quetzales y número de veces

Razón Financiera	2016	2017	2018
Rotación de cuentas por cobrar			
Ventas Netas	669,504,765	804,251,885	1,077,242,967
(/) Cuentas por cobrar	45,915,644	82,174,853	90,399,010
	14.58	9.79	11.92
Período promedio de cobro			
Días del año	365	365	365
(/) Rotación cuentas por cobrar	14.58	9.79	11.92
	25.03	37.29	30.63
Rotación de inventarios			
Costo de Ventas	602,249,269	734,622,460	995,130,257
(/) Inventario	69,934,299	77,803,373	103,291,069
	8.61	9.44	9.63

Tabla 8
Indicadores de actividad
Comercializadora de productos de tecnología en Guatemala
Cifras expresadas en quetzales y número de veces

Razón Financiera	2016	2017	2018
Edad promedio del inventario			
Días del año	365.00	365.00	365.00
(/) Rotación del inventarios	8.61	9.44	9.63
	42.38	38.66	37.89
Rotación de las cuentas por pagar			
Compras	596,012,261	742,491,534	1,020,617,953
(/) Cuentas por pagar	71,013,352	87,934,509	67,136,438
	8.39	8.44	15.20
Período promedio de pago			
Días del año	365	365	365
(/) Rotación cuentas por pagar	8.39	8.44	15.20
	43.49	43.23	24.01

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 8, se observa como primer indicador de actividad el de rotación de las cuentas por cobrar, en promedio fue de 12.09 lo que indica que la comercializadora de productos tecnológicos recupera su cartera crediticia en promedio 12 veces al año.

Al rotar la cuenta por cobrar para 2016 14.58 veces 25 días estuvieron pendientes de cobro; para el 2017 9.79 veces, 37.29 días pendientes de cobro y para el año 2018 11.92 veces 30.63 días de cobro pendientes. Según la política de la comercializadora los clientes deben de pagar en 30 días, en el año 2016 la recuperación fue eficiente, el año de recuperación más lenta el año 2017 y el año 2018 la recuperación mejoró; lo que indica que el manejo de la cobranza es bueno.

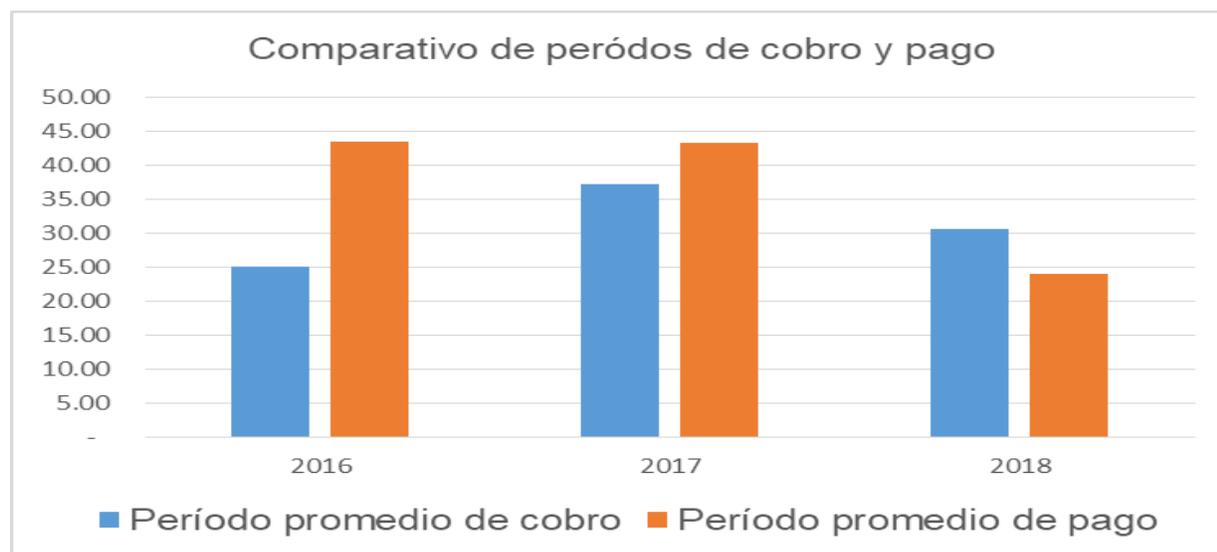
Al analizar el rubro de inventarios se observa que la rotación ha aumentado lo cual es favorable para la empresa pues mientras más veces el inventario se transforme en una

cuenta por cobrar dará más productividad al negocio, de igual forma la edad promedio de inventario disminuyó en 4 días del 2016 al 2018. Al tratarse de una compañía que maneja productos electrónicos la rotación del inventario debe ser mucho más rápida pues el precio de los productos dependerá de que tan rápido se logre posicionar dentro del mercado.

La rotación de la cuenta por pagar durante los años analizados ha aumentado de .8.39 a 15.20 y el período de pago ha disminuido de 43.49 días que tenía durante el año 2016 a 24.01 con el que cerró el 2018; este dato es desfavorable si se considera que la política de pago a proveedores indica que los pagos deben ser de 30 a 60 días al vencimiento.

Gráfica 6

Período de cobro (azul) y pago (naranja) años del 2016 al 2018



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 6 se representa un comparativo del período promedio de cobro representado con color naranja y el periodo promedio de pago representado con el color azul, se observa que para el final del año 2018 dichos promedios bajaron

significativamente, en menor proporción decreció el periodo promedio de pago, lo que no es favorable puesto que se está pagando mucho más rápido de lo que se sobra.

El ciclo de conversión de la comercializadora se observa en la tabla 9, se la siguiente forma:

Tabla 9
Ciclo de conversión del efectivo en días

Razón Financiera	2016	2017	2018
Edad promedio del inventario	42	39	38
(+) Período promedio de cobro	25	37	31
Ciclo operativo	67	76	69
(-) Período promedio de pago	43	43	24
Ciclo de conversión del Efectivo	24	33	45

Fuente: Elaboración propia

La tabla 9 representa el ciclo del efectivo para la comercializadora en días, se observa incremento en el ciclo de efectivo de 24 días a 45 días, lo que se traduce en la necesidad de la implementación de estrategias para la correcta gestión de inventarios, administración de cuentas por cobrar y cuentas por pagar, para disminuir el ciclo y hacer más eficiente la operación de la comercializadora.

4.3.3 Análisis de las razones de rentabilidad y márgenes de ganancia

El fin primordial es analizar los niveles de utilidad y rentabilidad de la comercializadora, se realizó el análisis de los principales indicadores de rentabilidad y márgenes de ganancia

Tabla 10
Indicadores financieros de márgenes de ganancia y rentabilidad
Cifras expresadas en quetzales y porcentajes

Razón Financiera	2016	2017	2018
Margen de utilidad bruta			
Utilidad bruta	67,255,496	69,629,425	82,112,710
(/) Ventas	669,504,765	804,251,885	1,077,242,967
	10.05%	8.66%	7.62%
Margen de utilidad operativa			
Utilidad operativa	19,170,879	17,327,795	14,275,768
(/) Ventas	669,504,765	804,251,885	1,077,242,967
	2.86%	2.15%	1.33%
Margen de utilidad antes de impuestos			
Utilidad antes de impuestos	12,569,410	10,985,426	7,484,370
(/) Ventas	669,504,765	804,251,885	1,077,242,967
	1.88%	1.37%	0.69%
Rendimiento sobre los activos totales (ROA)			
Utilidad final	12,569,410	10,985,426	7,484,370
(/) Activos totales	163,603,126	203,299,911	231,525,871
	7.68%	5.40%	3.23%
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)			
Utilidad final	12,569,410	10,985,426	7,484,370
(/) Capital	81,746,462	89,725,910	94,166,759
	15.38%	12.24%	7.95%

Fuente: Elaboración propia

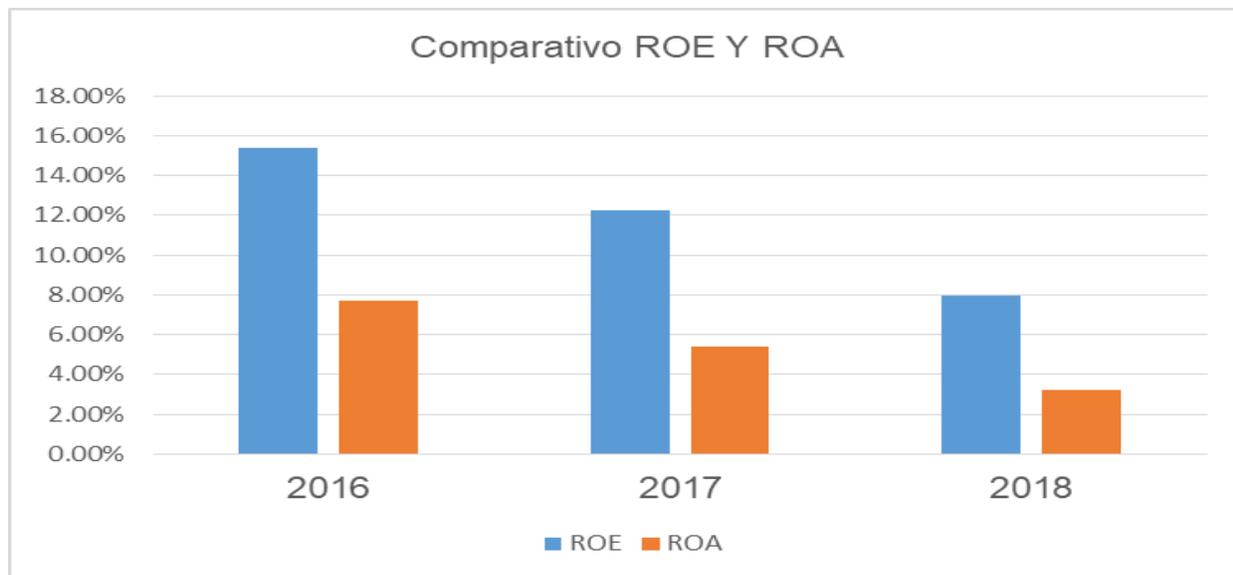
En la tabla 10 se muestra los márgenes de utilidad partiendo del margen de utilidad bruta el cual representa la utilidad después de descontar el costo de ventas el cual está expresado en porcentaje; en los años evaluados el margen de utilidad fue de 10.05% a 7.62%, dicho resultado es desfavorable pues se observa que la mayor parte de los ingresos son consumidos en el costo de ventas.

Seguidamente se muestra el margen de utilidad operativa donde para el año 2016 fue de 2.86%, para el 2017 de 2.15% y para el 2018 de 1.33% en este margen ya se han deducido los gastos operativos como: el transporte, gastos generales, gastos de mantenimiento y las depreciaciones. Este margen se redujo en el último año lo que indica que los gastos operativos han incrementado; por lo que será necesario reducir los gastos operativos a través de estrategias.

El rendimiento sobre los activos o ROA, reflejan una notable disminución en los años evaluados decreció en un 4%, para el año 2018 el ROA es de 3.23%, la rentabilidad que demuestra tener la comercializadora debe de mejorarse pues tienen tendencia a la baja. Es necesario evaluar los precios de los productos, la correcta rotación del inventario para mejorar el ROA

El rendimiento sobre el patrimonio o ROE también ha decrecido notablemente pues en 2016 el porcentaje de rendimiento se encontraba en 15.38% y en el último año evaluado, únicamente se obtuvo un 7.95%, lo cual demuestra que no se está obteniendo los rendimientos necesarios.

Gráfica 7
Comparativo de ROE Y ROA años del 2016 al 2018



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 7 se hace comparación del rendimiento sobre activos o ROA representado con el color azul y del rendimiento sobre el patrimonio o ROE representado con el color naranja, donde se visualiza una notable caída al analizar los años 2016, 2017 y 2018; siendo que para 2016 el ROE fue de 16.38% y ROA de 7.68%, al finalizar el año 2018 el indicador de ROE fue de 7.96% y ROA de 3.23%. Los indicadores disminuyeron en casi un 50%, lo cual no es conveniente para la comercializadora.

Sin embargo, el ROE ha mantenido una notable diferencia sobre el ROA lo que indica que ha habido un adecuado financiamiento del activo con la deuda lo que ha repercutido en un crecimiento financiero.

4.3.4 Análisis de las razones endeudamiento

Son de vital importancia para cualquier empresa pues analizan la estructura del capital, miden el financiamiento y ayudan a determinar la capacidad de la compañía para hacer frente a sus obligaciones.

Tabla 11
Indicadores financieros de endeudamiento años 2016, 2017 y 2018
Comercializadora de productos tecnologicos en Guatemala
Cifras expresadas en quetzales, porcentajes y número de veces

Razón Financiera	2016	2017	2018
Razón de la deuda patrimonio			
Total Pasivo	81,856,664	113,574,001	137,359,112
(/) Total patrimonio	81,746,462	89,725,910	94,166,759
	1.00	1.27	1.46
Razón de la deuda o nivel de endeudamiento			
Total pasivo	81,856,664	113,574,001	137,359,112
(/) Total activo	163,603,126	203,299,911	231,525,871
	50%	56%	59%
Razón de activos a capital			
Total patrimonio	81,746,462	89,725,910	94,166,759
(/) Total activos	163,603,126	203,299,911	231,525,871
	0.50	0.44	0.41
Coficiente de endeudamiento a corto plazo			
Total pasivo corriente	75,157,143	107,529,145	82,573,175
(/) Total pasivo total	81,856,664	113,574,001	137,359,112
	91.82%	94.68%	60.11%
Coficiente de endeudamiento a largo plazo			
Total pasivo no corriente	6,699,521	6,044,856	54,785,937
(/) Total pasivo total	81,856,664	113,574,001	137,359,112
	8.18%	5.32%	39.89%
Fondo de maniobra			
Activo Corriente	121,657,788	172,108,144	197,007,843
(/) Total pasivo corriente	75,157,143	107,529,145	82,573,175
	1.62	1.60	2.39

Fuente: Elaboración propia

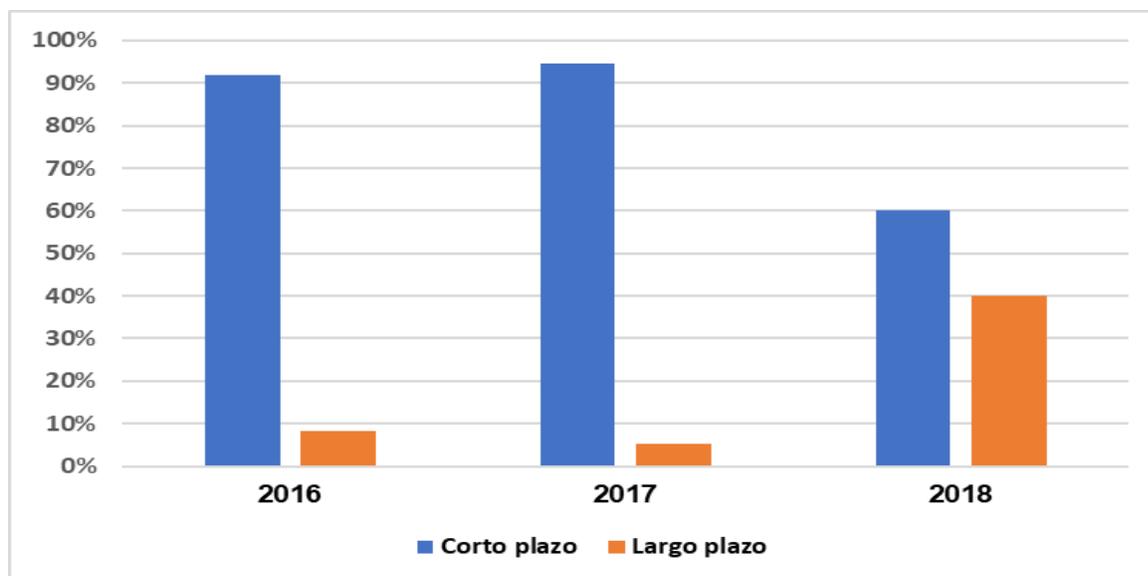
En la tabla 11 se muestra algunos indicadores de endeudamiento. La comercializadora para el año 2018 presenta un nivel de endeudamiento en relación con el patrimonio de Q.1.46 por cada Q.1.00 en patrimonio lo que indica que el patrimonio está comprometido en un 146%, comparado con el año 2017 donde estaba comprometido en 127% y el año 2016 donde fue de 100%, se observa crecimiento en el endeudamiento en los años evaluados.

La razón de la deuda o nivel de endeudamiento, se observa un notable incremento el último año siendo para 2018 Q. 0.59 por cada Q 1.00 de inversión en activos, es decir que los activos están comprometidos en un 59.33%, que comparado con el año 2017 cuyo resultado fue de Q. 0.56 y 55.87% se evidencia que el nivel de endeudamiento ha permanecido dentro de los límites aceptados por los inversionistas de la comercializadora.

La comercializadora según el fondo de maniobra demuestra poder disponer de liquidez si así fuese el caso de responder con los activos líquidos la deuda a corto plazo, pues el indicador para el año 2016 fue de 1.62, para el año 2017 de 1.60 y para el año 2018 de 2.39, esto demuestra que la empresa es capaz de generar la liquidez suficiente para saldar las cuentas a corto plazo.

El coeficiente de endeudamiento a largo y a corto plazo merecen especial atención pues muestran tener grandes concentraciones a corto plazo y no a largo plazo como es lo recomendable para mantener liquidez.

Gráfica 8
Comparativo de coeficiente de endeudamiento a largo y a corto plazo



Fuente: **Elaboración propia**

En la gráfica 8 se muestran los coeficientes de endeudamiento a largo y corto plazo en los años evaluados, donde se observa que la deuda se ha ido equilibrando en los últimos años, sin embargo, aún la deuda a corto plazo es mucho mayor que la que está a largo plazo.

4.4 Medidas a considerar para la mejora del manejo de: inventarios, cuenta por cobrar y cuenta por pagar

Como resultado del análisis realizado a la comercializadora se determinaron tres áreas importantes en las cuales radica la mayor parte de la operación; siendo estas inventarios, cuentas por cobrar y cuentas por pagar, a continuación, se presentan estrategias propuestas para el manejo de estas áreas.

4.4.1 Manejo de inventarios

Según los resultados al realizar el análisis a las cifras de los estados financieros se determinó que existe sobreabastecimiento de inventarios afecta a la liquidez de la

comercializadora, el uso de espacio adicional en el almacén, gastos adicionales por almacenaje y en consecuencia reducción de márgenes de ganancia.

4.4.1.1 Medidas a considerar para evitar el sobreabastecimiento de inventarios

1. Deben de realizarse reportes de la antigüedad del inventario cada quince días, estos reportes deberán de ser enviados por el área de finanzas a las distintas gerencias, con el fin de que se establezcan estrategias de venta para los productos más antiguos dentro del inventario. Dentro de las estrategias que se podrían implementar son realizar ventas con un porcentaje de descuento en un período específico con la apropiada comunicación previa al cliente; realizar kits de productos complementarios como por ejemplo impresoras y cartuchos, laptops y mochilas, teclado y mouse; premiar a clientes con producto por volumen de compra.

2. Una adecuada comunicación con los clientes con el fin de conocer el desempeño de los productos que ha adquirido el cliente en la comercializadora, esto permitirá conocer la rotación que tienen los productos dentro del inventario del cliente. Estos datos deberán de considerarse para realizarse una correcta proyección de los despachos que se solicitará a la sede en Miami.

3. Se debe de realizar una adecuada planificación del abastecimiento del inventario, para ello es necesario conocer la ciclicidad del negocio, conocer la demanda de los clientes, considerar las ventas históricas de la compañía.

4.4.2 Manejo de cuenta por cobrar

La gestión de las cuentas por cobrar ha sido buena, pues el promedio de días de cobro es de 31 días. La comercializadora vende principalmente a distribuidores a través de ventas directas. Los créditos por ventas se concentran en siete importantes clientes que representan el 50% de la cuenta por cobrar. La comercializadora ofrece créditos comerciales a sus clientes en el curso normal del negocio. Previo a la autorización de

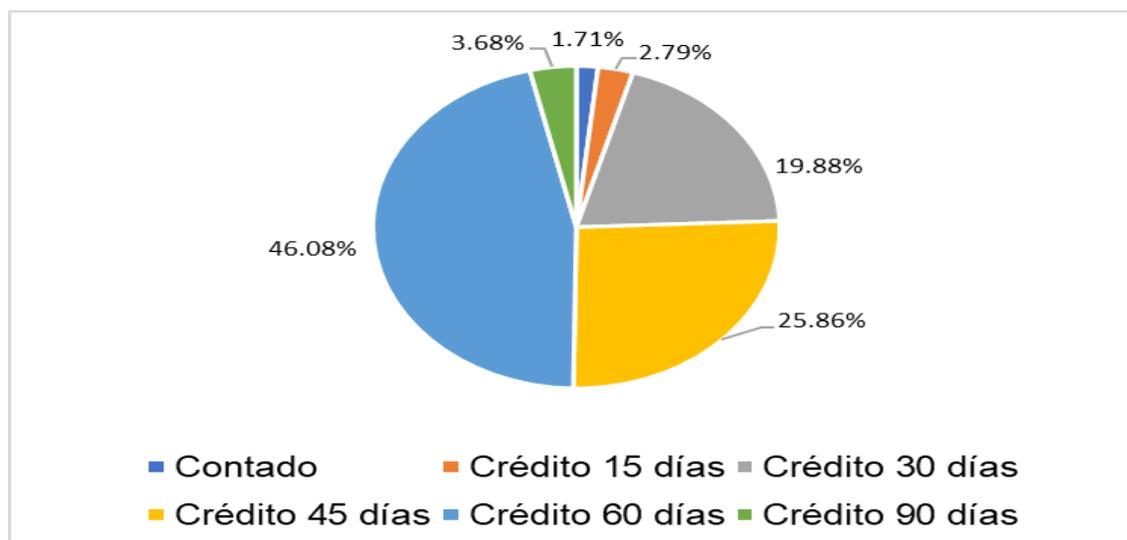
ampliación de créditos a los clientes, se analizan y si procede se obtienen garantías personales.

La rotación de las cuentas por cobrar ha disminuido en los años evaluados siendo para el año 2016 de 14.58 veces en el año, para el año 2017 9.79 veces y para el año 2018 11.92 veces. Fue necesario analizar la composición de la cuenta por cobrar del año 2018 para comprobar si todos los créditos fueron otorgados a 30 días, se observó que fueron aprobados diferentes plazos de créditos. El gerente de cobros, el gerente financiero y gerente general otorgaron plazos superiores a 30 días.

Es necesario establecer política de crédito de clientes que permita un balance a fin de estandarizar los puntos de vista en la clasificación de los clientes y que no sea únicamente por criterios individuales, para lograr las metas propuestas en la comercializadora, se debe de reforzar los cobros e introducir medidas enfocadas a la recuperación de la cartera para garantizar la liquidez de la empresa

Gráfica 9

Estructura de las cuentas por cobrar con base en los porcentajes obtenidos del análisis de los pagos de los clientes durante el año 2018



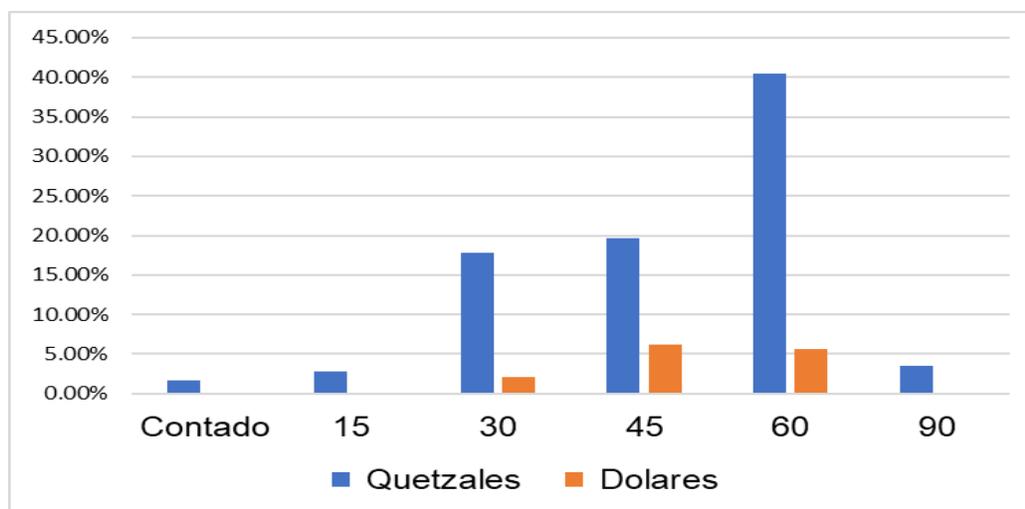
Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 9 se representa como se distribuyó cartera de cuentas por cobrar del año 2018 en función al tiempo que demoraron a pagar, los porcentajes fueron calculados en función del monto total de la cuenta de clientes, donde destaca que únicamente el 1.71% de clientes son de cobro al contado y 3.68% de la cartera realizados a más de 90 días.

La cartera de cobros es bastante amplia; sin embargo es aconsejable que la comercializadora disminuya los días de crédito que le concede a sus clientes pues la política de clientes únicamente hace mención a 30 días de crédito a todos los clientes y que se ampliará el plazo a clientes según sea el caso; sin embargo la mayor concentración de clientes se da en cobros de 45 a 60 días; el porcentaje de 90 días únicamente se le extendió a 2 clientes los cuales tienen que ver con negociaciones puntuales en donde los términos de la contratación establecía un período mayor de cobro.

En la siguiente gráfica se realiza análisis del tipo de clientes según la moneda del cobro realizado para establecer si existe riesgo por perdida cambiaria.

Gráfica 10
Distribución de cartera de clientes según la moneda de pago durante el año 2018



Fuente: elaboración propia

En la gráfica 10 se examina otro aspecto a considerar dentro de la revisión de las cuentas por cobrar; la moneda de facturación o de cobro a cliente, pues podría incidir en pérdidas si el tipo de cambio variaría mucho durante el año, sin embargo al realizar el análisis realizando distinción por la moneda de cobro se establece que la comercializadora demuestra tener un alto porcentaje de sus cuentas por cobrar en moneda local, lo que minimiza este riesgo.

Tabla 12
Propuesta de cambio de concentración de las cuentas por cobrar
con base en los porcentajes obtenidos del análisis del año 2018
Cifras expresadas en porcentajes

Período de cobro	2018	Propuesta	Variación
Contado	1.71%	5%	3.29%
Crédito 15 días	2.79%	0%	-2.79%
Crédito 30 días	19.88%	40%	20.12%
Crédito 45 días	25.86%	30%	4.14%
Crédito 60 días	46.08%	25%	-21.08%
Crédito 90 días	3.68%	0%	-3.68%
Total	100.00%	100.00%	0.00%

Fuente: Elaboración propia

La propuesta consiste aumentar los cobros de un 1.71% a 5.00% lo que significaría un aumento en cobros al contado, se debe de buscar acuerdos con los clientes que actualmente cancelan a 15 días para que lo realicen al contado, también se debe de tener en cuenta que la política de clientes actual indica, que los clientes nuevos deben de cancelar los primeros 6 meses al contado, por lo que se recomienda la búsqueda de nuevos clientes. También se propone aumento de los cobros en 30 días en un 20.12%; aumento en un 4.14% en el cobro a clientes a 45 días. Para alcanzar los porcentajes indicados se propone:

- La administración deberá difundir la política de crédito a toda el área administrativa y comercial, deberá reunirse con los principales clientes con el fin de

negociar períodos más cortos de cobro. Los clientes que durante el año 2018 cancelaron en 60 y 45 días deben de ser la prioridad.

- La administración deberá analizar la imposición de cargos moratorios a clientes que excedan del plazo otorgado, también deberá analizar otorgar descuentos por pronto pago, con el fin de que los cobros al contado sean atractivos para los clientes.
- El área de cobros deberá enviar estado de cuenta a clientes de forma semanal, indicando las fechas de vencimiento de cada una de las facturaciones, deberá de realizar seguimiento a las clientes que excedan del límite autorizado de crédito.
- La gerencia financiera deberá analizar las cuentas por cobrar con el fin de establecer los montos máximos de crédito por cliente.
- El área comercial deberá de conocer la política de crédito de la comercializadora y deberá de contemplarla previo a la realización de negociaciones con clientes

La comunicación y el buen servicio a los clientes será crucial en esta fase además de un adecuado seguimiento en la cartera para evitar atrasos. Con las medidas propuestas se proyecta obtener mayor liquidez, también obtener una mejor distribución en la cartera de cobros y evitar los criterios individuales para la autorización de plazos de crédito a clientes. Se espera que estas políticas contribuyan al mejoramiento del ciclo de conversión del efectivo.

4.4.3 Manejo de cuenta por pagar

Gran parte de la cuenta por pagar de la comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala es hacia la casa matriz, sin embargo posee proveedores de mercadería y de servicios locales.

Es política de la empresa solicitar a sus proveedores 30 días plazo para la realización de los pagos, sin embargo para la prestación de servicios y compra de algunos materiales se realizan algunas concesiones a solicitud del proveedor y se disminuye el

período de pago. Es importante para la relación comercial que dentro de las negociaciones crediticias con los proveedores se establezca que el período de pago es inamovible, pues se debe de aprovechar al máximo los días de crédito para favorecer la liquidez de la empresa

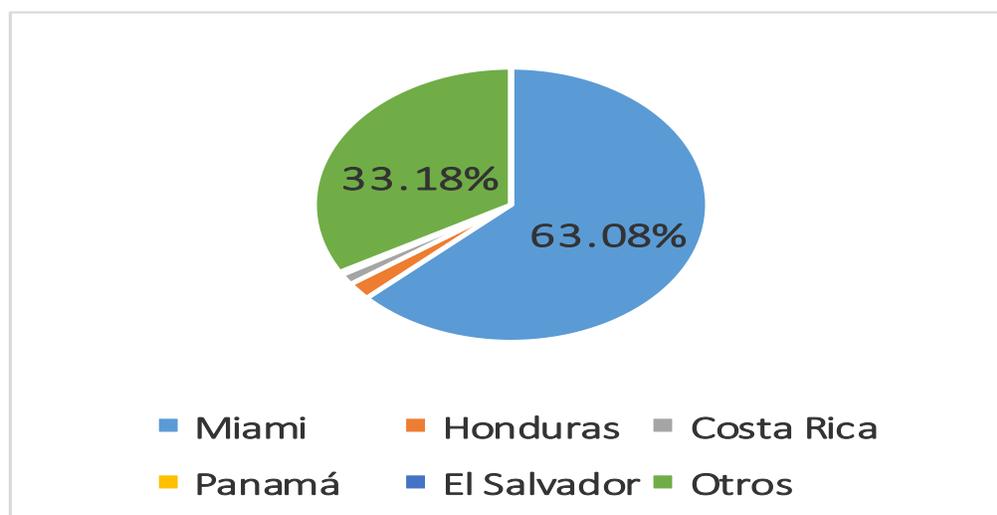
El indicador de rotación de cuentas por pagar ha aumentado de 8.39 que tenía en 2016 a 15.20 con el que finalizó en 2018, los días promedio de pago ha disminuido de 43.49 días en el 2016 a 24.01 días en el 2018, esto afecta el ciclo de conversión del efectivo pues se está pagando mucho más rápido.

Se recomienda buscar nuevos proveedores, realizar alianzas estratégicas y mejores condiciones crediticias con los proveedores actuales.

Gráfica 11

Distribución de la cuenta por pagar

Con base en los porcentajes obtenidos el análisis de los pagos realizados a los proveedores durante el año 2018

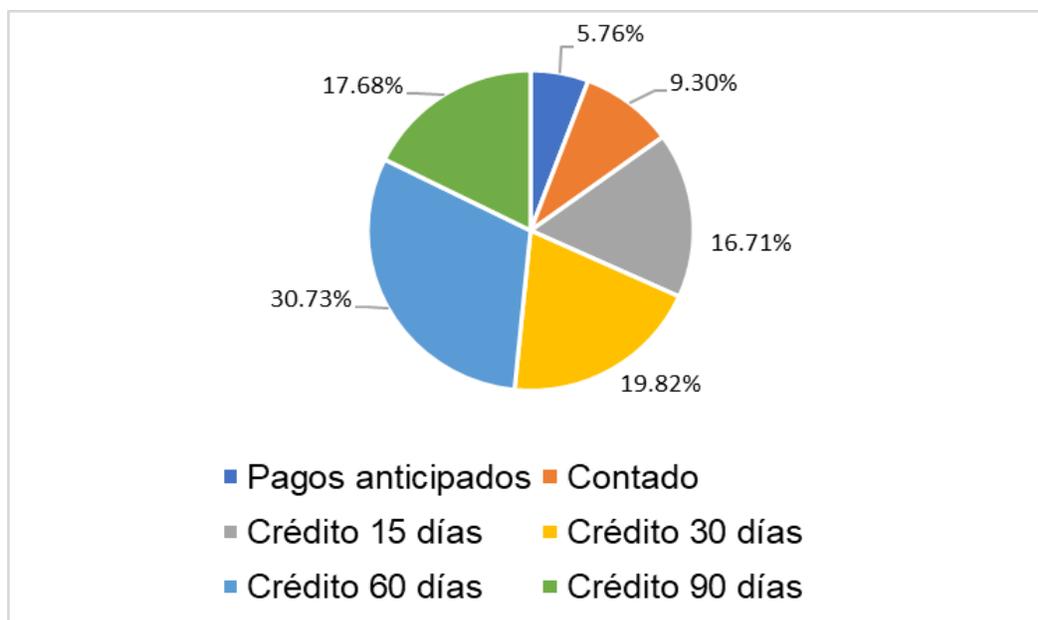


Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 11, se observa que la cuenta por pagar se distribuye en un 63.08% que corresponde a la deuda que se tiene a la sede en Miami por despacho de mercadería y un 33.18% a otros proveedores. Para el análisis de la cuenta por pagar no se tomó en

cuenta el adeudo a la sede, pues por instrucciones de la administración los pagos se realizan en función a la liquidez de que disponga la comercializadora, toda vez cumpla con las obligaciones inmediatas.

Gráfica 12
Estructura de las cuentas por pagar durante el año 2018



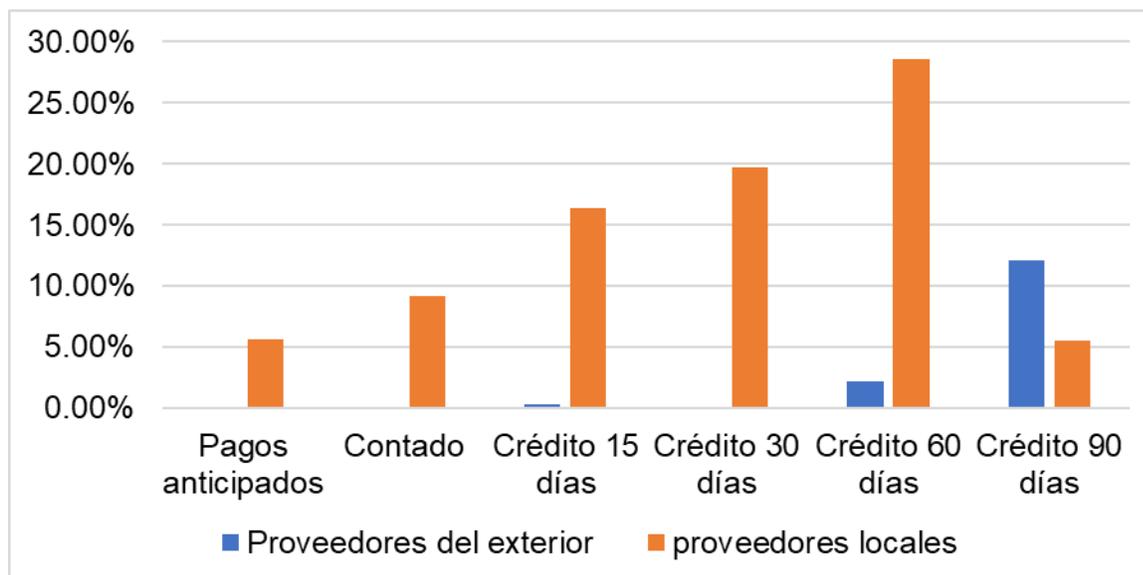
Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 12 se observa la distribución de las cuentas por pagar durante el año 2018, donde destaca que a un 30.73% de los proveedores se les canceló en 60 días, a un 19.82% se le cancela en 30 días y a un 17.68% proveedores se les canceló en más de 90 días., mientras que al 16.71% se les canceló en 15 días, al 5.76% se les concedió anticipo por los servicios y finalmente al 9.30% se les canceló al contado.

La estructura de las cuentas por pagar es muy diversa, sin embargo la política de créditos de la comercializadora únicamente hace mención de créditos a 30 y 60 días, por lo que se considera conveniente integrar dentro de la política la modalidad de 90 días crédito.

Gráfica 13

Distribución de los tipos de proveedores según los pagos realizados durante el año 2018



Fuente: Elaboración propia

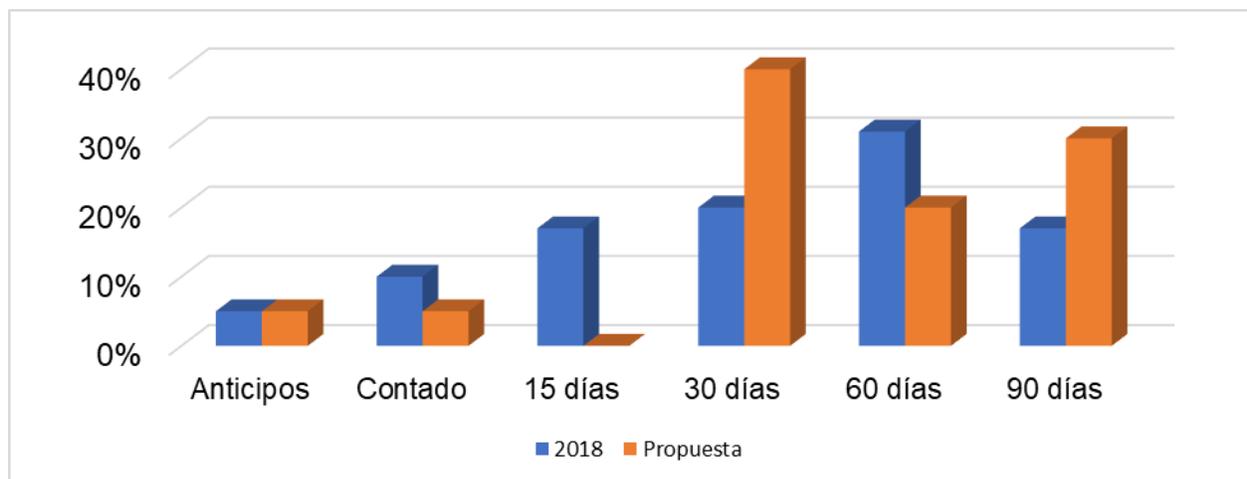
En la gráfica 13 se observa la distribución de proveedores según su lugar de origen, donde se muestra el tiempo en el que se les realizó pagos durante el año 2018, donde la mayor concentración se visualiza en el crédito de 30 días y de 60 días.

Tabla 13
Propuesta de cambio de concentración de las cuentas por pagar con base en los porcentajes obtenidos del análisis del año 2018
Cifras expresadas en porcentajes

	2018	Propuesta	Variación
Pagos anticipados	5%	5%	0.00%
Contado	10%	5%	-5.00%
Crédito 15 días	17%	0%	-17.00%
Crédito 30 días	20%	40%	20.00%
Crédito 60 días	31%	20%	-11.00%
Crédito 90 días	17%	30%	13.00%
Total	100.00%	100.00%	0.00%

Fuente: Elaboración propia

La política propuesta consiste en disminuir los pagos de contado en un 5%, logrando acuerdos con los proveedores y la búsqueda de proveedores que no necesiten de pagos anticipados o pagos de contado. Se debe de realizar negociación con los proveedores de servicios a los que se les cancela en 15 días para obtener mejoras crediticias. Con ello se espera una obtener mayor liquidez, también se contempla realizar negociaciones con los proveedores de mercadería para obtener crédito de 60 y 90 días. con estos cambios se proyecta tener una mejor distribución de los créditos en la cartera de pago a proveedores.

Gráfica 14**Comparativo de la propuesta de cuentas por pagar con la estructura actual**

Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 14 se observa que la propuesta va orientada a promover el crédito a los proveedores de 30, 60 y 90 días, con un mayor impacto en el crédito de 30 días. Se espera que estas políticas contribuyan al mejoramiento del ciclo de conversión del efectivo.

4.5 Otras medidas a considerar para mejorar la situación financiera de la empresa

Derivado de los bajos márgenes de ganancia observados durante los años 2016, 2017 y 2018, se determinó que es importante la revisión de los gastos operativos debido a que aumentaron en un 29.70% en el año 2018 en relación con el año 2017. En la tabla 14 de observan los gastos en que incurre la empresa

Tabla 14
Gastos efectuados en los años 2016, 2017 y 2018
Cifras expresadas en porcentaje

Descripción	2016	2017	2018
Alimentos para el personal	0.71%	1.28%	1.23%
Gastos líneas celulares vendedores	2.86%	2.16%	1.44%
Viáticos vendedores	0.98%	1.34%	0.40%
Gastos de atención a clientes	1.32%	1.31%	0.72%
Gastos de Leasing	0.00%	2.16%	1.58%
Combustible	3.22%	3.07%	2.27%
Mantenimiento vehículo vendedores	4.01%	2.52%	1.29%
Fletes de mercadería	13.68%	12.52%	10.87%
Agua y luz	3.03%	2.61%	1.96%
Gastos empleados temporales	7.34%	2.19%	3.33%
Comisión tarjeta de Crédito	2.37%	2.32%	1.97%
Otros gastos de importación	1.60%	3.32%	4.27%
Gastos promocionales	2.60%	4.71%	24.35%
Servicios de Seguridad	5.89%	6.22%	6.32%
Gastos líneas fijas	2.53%	2.00%	1.16%
Gastos de arrendamiento de edificio	19.68%	20.13%	16.54%
Internet	2.97%	2.74%	2.09%
Gastos de limpieza	0.70%	1.39%	1.14%
Gastos de mantenimiento	0.79%	0.90%	1.32%
Materiales uso de bodega	2.27%	2.06%	1.51%
Honorarios Legales	5.27%	4.99%	2.71%
Multas y otros	0.24%	0.83%	1.27%

Fuente: Elaboración propia

Al realizar la revisión a los gastos de los años 2016, 2017 y 2018 los gastos expresados en la tabla 14 son los más elevados, dentro de los cuales se mencionan los gastos efectuados por flete de mercadería, los cuales representan el 10.67% para el último año, la comercializadora realiza las entregas de la mercadería a los clientes por medio de una empresa transporte desde 2015, esta empresa también realiza cobro a clientes, la comercializadora tiene un contrato en el cual obtiene una tarifa fija por un número

determinado de entregas, si se realiza más entregas de las convenidas son un gasto adicional para la empresa.

En relación a las entregas de mercadería que se realizan con personal de la comercializadora, se optó por un *leasing* de vehículos en el año 2017, por ello los gastos inician en ese año representado por un 2.52% del gasto total y para 2018 un 1.58%, la variación corresponde a que en el 2017 se pagó un monto adicional como cuota inicial, dentro de dicho *leasing* está contenido el vehículo uso de gerencia general, 5 motos y 4 paneles para la distribución de mercadería, esto para hacer más eficiente las entregas de producto a los clientes y para disminuir los cobros por flete adicionales en el mes.

Otro rubro con porcentaje alto en los gastos son los empleados temporales los cuales para 2016 representaron un 7.34%, para 2017 un 2.19% y para 2018 un 3.33%, estos gastos van disminuyendo debido a que la empresa utiliza esta modalidad cuando existe irregularidad en las operaciones, cuando las operaciones se normalizan se contrata únicamente al personal necesario.

Las variaciones por gastos de arrendamiento de edificio corresponden a las variaciones en el tipo de cambio pues el contrato de arrendamiento es en dólares.

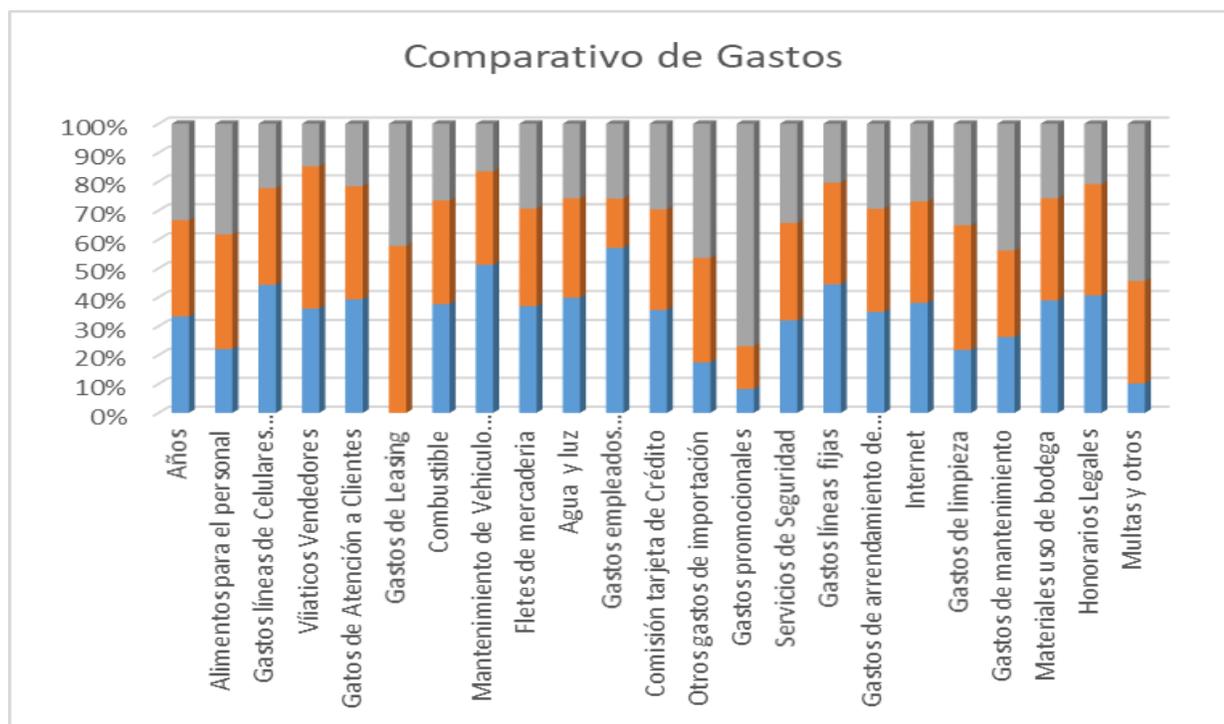
Los gastos promocionales para el último año representan 24.35%, este es un rubro bastante alto en relación con el año 2017 con tan sólo 4.71% y 2016 con 2.60%, esto denota el gran interés que tiene la compañía por expandir su mercado sin embargo no se debe perder de vista que los gastos que se efectúen deben de ser razonados con la rentabilidad que estos tengan.

Otro rubro que necesita atención es el de los Otros gastos de importación, estos gastos representan los gastos que no son incluidos dentro del costo de un producto para la venta, por diferentes situaciones como: errores en el prorrateo del producto, multas por declaraciones erróneas, errores de despacho de casa matriz, Estos para el año 2016 representaban un 1.60% para 2017 un 3.32% y para 2018 un 4.27%. Es importante

que se implementen controles a los adicionales con el fin de minimizar los errores del área de importaciones al prorratear los costos de los productos.

Gráfica 15

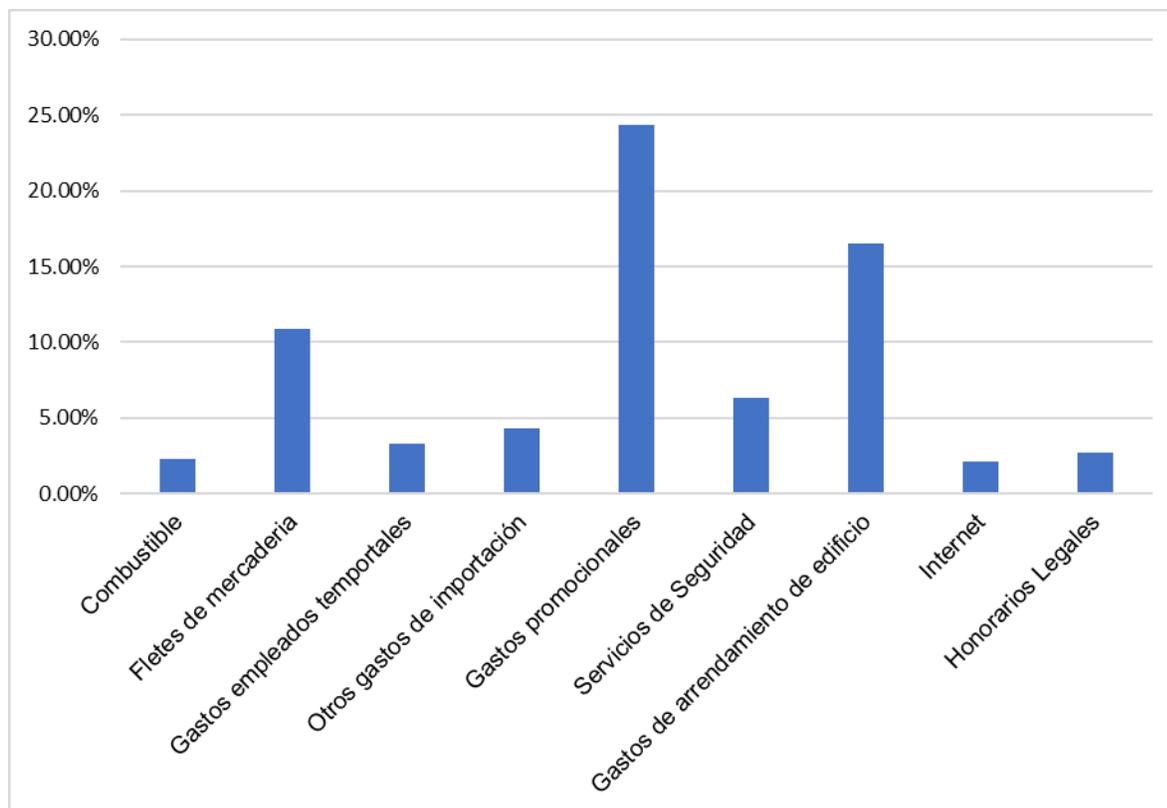
Comparativos de los principales gastos en los años 2016, 2017, 2018



Fuente: Elaboración Propia

En la gráfica 15 se observa el comportamiento de los gastos en los años analizados, en color gris los movimientos del año 2018, en naranja año 2017 y en azul año 2016, destaca que para el año 2016 no existían los gastos sobre leasing, disminución para 2018 de los gastos en flete y mantenimiento de vehículo.

Gráfica 16
Gastos más altos durante el año 2018



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 16 se observan los gastos más relevantes durante el año 2018, los gastos promocionales con 24.35%. estos gastos los realiza la comercializadora con el propósito de fidelizar a los clientes, tomando en cuenta que en el mercado cada vez existe mayor competencia.

Por el rubro de gastos de arrendamiento la comercializadora ya contempla la construcción de un edificio propio, con esto se eliminaría este gasto.

Se debe evaluar si la tarifa que brinda la empresa que actualmente realiza las entregas es la mejor del mercado, también se debe de realizar una adecuada programación de

las entregas a clientes con el propósito de no incurrir en gastos adicionales por entregas tardías

En la cuenta de gastos promocionales, se observó que un 53.74% lo conforman gastos por servicio de *outsourcing*. La comercializadora subcontrata asesores de tecnología los cuales trabajan con los clientes para brindar servicio de asesoría a los clientes finales. Para lograr una mayor eficiencia en este gasto se recomienda:

- Analizar el desempeño de cada asesor de tecnología subcontratado con base en los registros de ventas del cliente donde preste servicios con el fin de evaluar la efectividad de cada asesor, evaluar si la ubicación actual de los asesores de tecnología es la óptima.
- La comercializadora posee contratos de distribución con varias marcas del mercado de la tecnología, por lo que se recomienda realizar negociaciones con esas marcas ofreciendo promoción exclusiva a cada marca por medio de los asesores de tecnología que actualmente tiene la comercializadora a cambio de un descuento en mercadería o una retribución económica; realizar esta negociación implicaría un impacto positivo en los gastos de mercadeo.

Otro rubro que es importante es el de gastos por atención a clientes, estos gastos lo conforman gastos por almuerzos y regalos a clientes. Se recomienda que únicamente el departamento de mercadeo realice autorizaciones para este tipo de gastos, de esta manera lograr una estadística de los clientes a quienes se les brinda estos beneficios y así evitar que se concentren en un mismo cliente, las atenciones a clientes deberán de ser justificadas con la realización de una venta, las atenciones a clientes deberán de entregarse en función del beneficio que se obtenga.

CONCLUSIONES

1. Después de haber realizado análisis a los estados financieros de la empresa en los años 2016, 2017 y 2018 por medio de: el indicador de liquidez corriente el cual fue de 1.62, 1.60 y 2.39, prueba de ácido de 0.69, 0.88 y 1.13 para los años 2016, 2017 y 2018 respectivamente; y el nivel de endeudamiento de los activos los cuales están comprometidos en un 59.33%, para el año 2018; se determina que la situación financiera de la empresa es buena, sin embargo existen áreas de mejora en cuentas por cobrar, cuentas por pagar, inventarios y eficiencia en los gastos.
2. El rendimiento sobre activos totales para el año 2016 es de 7.68%, para el año 2017 5.40% y para el año es de 3.23%, también con tendencia a la baja el rendimiento sobre el patrimonio para el año 2018 es de 7.95%; Al comparar ambos indicadores se observa que el rendimiento sobre el patrimonio ha sido superior al ROA en los años analizados; lo que indica que ha habido un adecuado financiamiento del activo con respecto a la deuda.
3. Las principales variaciones determinadas mediante la aplicación de análisis vertical y horizontal son: aumento en las cuentas por cobrar del 49.13% para los años 2017-2016 y del 8.45% para los años 2018-2017 sumado al aumento en ventas del 33.94% para los años 2018-2017; estas cifras demuestran que la cobranza ha aumentado y es necesario acelerar los cobros.
4. La rotación de la cuenta por cobrar para el año 2016 fue de 14.58, para el año 2017 de 9.79 y el año 2018 fue de 11.92.; el periodo promedio de cobro para el año 2018 es de 30.63, Al analizar la cartera de clientes vigente al 2018 se establece que el 25.86% de clientes cancelaron en 45 días, el 46.08% en 60 días y un 3.68% lo hizo en 90 días; por lo anterior se determina que es necesario revisar la política de cobros para estandarizar a todos los clientes.
5. Los inventarios durante 2017-2016 presentan incremento de 11.25% y para 2018-2017 el incremento fue de 32.75%; La rotación de inventarios para 2016 es de

8.61, para 2017 de 9.44 y para 2018 de 9.63, la edad promedio de inventario disminuyó en 4 días del 2016 al 2018.

6. La rotación de la cuenta por muestra tendencia creciente, de 8.39 en 2016 a 15.20 en 2018; el período de pago decreció de 43.49 días en año 2016 a 24.01 con el que cerró en 2018; al analizar la cartera de proveedores se establece que para el año 2018, la cartera de proveedores se distribuyó así: al contado 9.30%, 15 días al 5.76%, 30 días al 17.68%, 60 días al 30.73%, y en 90 días al 16.71%; se determina que es necesario revisar la política de pago a proveedores, con el fin de estandarizarlos.

7. Las ventas aumentaron en 33.94% para los años 2018-2017, para el año 2018 el costo de ventas representó el 92.35% del total de las ventas, los gastos operativos absorbieron el 6.30% de los ingresos y la utilidad antes de impuestos representó el 0.69% del total de los ingresos totales; las utilidades tienen tendencia a la baja; para el año 2018 la variación negativa fue de 44.35%.

8. Los gastos más elevados para el año 2018 son los relacionados con mercadeo que representa el 24.35%, gastos por arrendamiento del edificio 15.54% y los gastos de flete o gastos por envío de producto a los clientes 10.87% del total de los gastos.

RECOMENDACIONES

A la alta dirección de la empresa comercializadora de productos tecnológicos, se realizan las siguientes propuestas.

1. Control y supervisión del comportamiento de los activos líquidos, con el fin de mantener un equilibrio idóneo en rentabilidad y riesgo. No exceder el nivel de endeudamiento de la empresa, se recomienda el diseño de estrategias para mejorar cada área dentro de la organización con el fin de hacer más eficiente la situación financiera.
2. Realizar revisiones constantes de los indicadores de la empresa, con el fin de estimar sus ventas, planificar las compras de producto, definir niveles aceptables de gasto, aprovechamiento de activos, con el objetivo de prever niveles de liquidez, endeudamiento y rentabilidad.
3. Reestructurar las políticas de crédito y cobro, considerando lo sugerido en este informe, para lograr una mejor administración de los recursos y un mejor desempeño, que garantice una cobranza más eficiente, a través de la correcta supervisión y evaluación financiera. Con las medidas propuestas se proyecta obtener mayor liquidez, también obtener una mejor distribución en la cartera de cobros. Se espera que estas políticas contribuyan al mejoramiento del ciclo de conversión del efectivo
4. Reestructurar las políticas de pago a proveedores, la política de pago debe plantear minimizar los pagos de contado y eliminar los pagos a 15 días, con el fin de lograr mejora en el ciclo de conversión del efectivo, estandarizar los pagos a proveedores para eliminar las preferencias a ciertos proveedores y realizar negociaciones con proveedores de mercadería con el fin de obtener el tiempo necesario considerando el tiempo en que el producto tarda en entrar a Guatemala.
5. Se debe de realizar seguimiento a los resultados obtenidos en cuanto la administración del inventario la cual debe ser más eficiente, buscando el equilibrio de la

disponibilidad que demanda el mercado, Es necesario identificar el volumen de compra del consumidor y realizar proyecciones de ventas mensuales.

6. Es necesario realizar revisiones constantes al rubro de gastos promocionales, con el fin de validar que dichos gastos vayan en función del beneficio que promuevan para la empresa. Esto debe aplicarse para todos los gastos que sean importantes en la compañía y los cuales no sean del flujo normal de actividades, con el fin de hacer más eficientes los gastos

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, A. G. (2004). *Introducción al Análisis Financiero* (Tercera Edición ed.). San Vicente (Alicante), España: Editorial Club Universitario.
- Arching Guzman, C. (2005). *Ratios Financieros y Matemáticas de la mercadotecnia*. Obtenido de http://perfeccionate.urp.edu.pe/econtinua/FINANZAS/LIBRO_RATIO%20FINANCIEROS_MAT_DE_LA_MERCADOTECNIA.pdf
- Arriaza, F. J. (2015). *Información y Atención al Cliente / Certificados de Profesionalidad*. México: Mc Graw Hill.
- Borondo, S. (7 de Febrero de 2019). *EL CORREO*. Obtenido de <https://www.elcorreo.com/tecnologia/empresas/empresas-tecnologicas-valiosas-20190128110850-nt.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com.mx%2F>
- Brealey, R. A., Myers, S. C., y Allen, F. (2010). *Principios de Finanzas Corporativas* (9 edición ed.). México: Mac Graw Hill.
- Capilla, R. (11 de Agosto de 2016). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/fondo-de-maniobra.html>
- Carrillo, A. B. (5 de Septiembre de 2019). *ViaFirma*. Obtenido de <https://www.viafirma.com/blog-xnoccio/es/tipos-servicios-cloud-computing-empresas/#:~:text=El%20cloud%20computing%20o%20computaci%C3%B3n%20en%20la%20nube%20es%20un,se%20encuentran%20alojados%20en%20internet.&text=Se>
- CentralAmericaData. (3 de Julio de 2019). *CentralAmericaData.com Información de Negocios*. Obtenido de https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Computadoras_y_accesorios_Intereses_en_Guatemala

Concha, P. F. (1998). *Evaluación de Estados Financieros: Ajustes por Efecto de la Inflación y Análisis Financiero* (1a. Edición ed.). Lima, Perú: Universidad del Pacífico, Centro de Investigación.

Conexionesan. (30 de Marzo de 2017). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/03/la-importancia-de-contar-con-una-estrategia-de-producto/>

Congreso de la República de Guatemala. (1971). Código de Comercio, Decreto 2-70. Guatemala.

Dabat, A. y. (2009). *Revolución Informática, Nuevo Ciclo Industrial e Industria Electrónica en México*. México: IIEC-UNAM-Casa Juan Pablos.

Definición de . (s.f.). *Definición de*. Obtenido de <https://definicion.de/producto-tecnologico/#:~:text=Un%20producto%20es%20un%20objeto,la%20oferta%20mercantil%20a%20buscarlos.>

Definición MX. (2 de Marzo de 2014). Obtenido de <https://definicion.mx/laptop/>

Discos Duros. (s.f.). Obtenido de <https://discosduros.org/>

Duchac, W. R. (2009). *Contabilidad Adminsitrativa*. México, México: Cengage learning Editores S.A.de C.V.

Eco Finanzas. (2018). *Eco Finanzas*. Obtenido de <https://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/COMERCIALIZACION.htm>

Ficowsky, E. B. (2009). *Organización de Empresas* (Tercera edición ed.). México, Mexico: Mc Graw Hill/Interameticana Editores, S.A. de C.V.

Gitman, L. J., y Zutter, C. J. (2012). *Principios de Administración financiera* (Vol. 12 edición). México: Pearson Educación.

Google Internal. (Enero de 2019). Guatemala: Las claves de la Digitalización.

- Guardo, F. P. (2018). Análisis financiero: enfoques de su evolución. *Criterio Libre*, 104.
- Guatemala, C. d. (01 de enero de 1890). Decreto del Congreso Número 2-70. Guatemala.
- Hamdan-Livramento, i. (Abril de 2012). *OMPI REVISTA*. Obtenido de https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2012/02/article_0005.html
- Herrera, A., y Gonzaga, V. A. (2016). RAZONES FINANCIERAS DE LIQUIDEZ EN LA GESTIÓN. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 10.
- Holded. (28 de Abril de 2018). *Holded*. Obtenido de <https://www.holded.com/es/blog/ratio-de-endeudamiento-que-es-como-se-calcula-y-cual-es-el-maximo-aceptable>
- Hurtado, C. A. (2010). *Análisis Financiero*. Bogotá, Colombia: Fundación para la Educación Superior San Mateo.
- Instituto de Investigaciones Administrativas Teóricas Aplicadas Universidad de Rosario. (Noviembre de 2015). ANÁLISIS INTELIGENTE DE INFORMES FINANCIEROS. UNA REVISIÓN. Argentina. Obtenido de https://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/7534/Marchese%20y%20otros_analisis%20inteligente.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Jimenez, J. D. (2010). *Análisis Económico-Financiero*. España: Creative-Commons.
- LENOVO. (s.f.). *LENOVO*. Obtenido de <https://www.lenovo.com/gt/es/faqs/pc-vida-faqs/que-es-un-smartphone/>
- López, F. M. (2016). *La posición del endeudamiento de una organización indica el valor del dinero de otras personas*. Colegio de Contadores Públicos y Auditores de México. Obtenido de <https://www.ccpm.org.mx/avisos/razon-de-deuda-capital-mayo%20junio-2016.pdf>

Lozano, M. (17 de Febrero de 2020). *WistleOut*. Obtenido de <https://www.whistleout.com.mx/CellPhones/Guides/que-es-un-smartphone>

Makey Money. (s.f.). Obtenido de <https://es.makemoneyfactor.com/advantages-average-age-inventory-analysis>

Martinez, I. R. (1 de enero de 2019). *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO*. Obtenido de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n4/e2.html#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20estados%20financieros%20es%20un%20componente%20indispensable%20de,y%20financiera%20de%20la%20empresa.>

Morales, L. R. (2012). *Análisis de Estados Financieros un enfoque en la toma de Decisiones*. México: Mac Graw Hill.

MuyCanal. (28 de Julio de 2020). Obtenido de <https://www.muycanal.com/2020/07/28/ingresos-nube-publica-creceran-2020>

Nápoles, R. A. (2008). *Presupuestos Teoría y Práctica*. México: Mac Graw Hill.

Norton, P. (2006). *Introducción a la Computación*. México: Mac Graw Hill.

Novicap. (30 de Octubre de 2019). *Novicap*. Obtenido de <https://novicap.com/blog/ratio-de-endeudamiento-que-es-y-como-se-calcula/>

Padilla, V. M. (2015). *Análisis Financiero Un enfoque Integral*. México, México: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.

Perdomo, M. A. (2008). *Elementos Básicos de la Administración Financiera*. México: Edamsa Impresiones S.A. de C.V.

Publinews. (13 de 07 de 2012). *publinews*. Obtenido de <https://www.publinews.gt/gt/tecnologia/2012/07/13/tecnologia-crece-demanda-pais.html>

Pymes y Autónomos. (26 de Noviembre de 2015). *Pymes y Autónomos*. Obtenido de <https://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/en-que-consiste-el-ratio-de-cobertura-del-servicio-de-la-deuda>

Quee, A. F. (2012). *Estados Financieros Análisis e Interpretación por sectores Económicos*. Breña, Perú, Perú: Pacífico.

Raffino, M. E. (12 de Julio de 2020). Obtenido de <https://concepto.de/tecnologia/>

Real Academia Española (RAE). (2020).

Sampieri, R. H. (1991). *Metodología de la Investigación* (Quinta Edición ed.). Mexico: McGraw-Hill Educación.

Soto, C., Guanuche, R., Alexandra Solórzano, C. S., y Mite, M. (2017). *ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS " La clave del equilibrio gerencial"*. Ecuador: GRUPO COMPAS.

Tecnología + Informática. (17 de Julio de 2020). Obtenido de <https://www.tecnologia-informatica.com/tipos-de-impresoras/>

Thompson, I. (2017 de Enero de 2017). *Promonegocios*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/distribucion/tipos-canales-distribucion.html>

Torreblanca, F. (24 de Julio de 2018). *Francisco Torreblanca*. Obtenido de <https://franciscotorreblanca.es/niveles-de-los-canales-de-distribucion/>

Universidad de La Punta . (2011). *Escuelas Públicas Digitales Educación Tecnológica*. Obtenido de http://contenidosdigitales.ulp.edu.ar/exe/educaciontecnologia/los_productos_tecnologicos.html

Viceministerio de Integración y Comercio Exterior Dirección de Análisis Económico.
(2019). *Informe de Comercio Exterior Guatemalteco (Marzo 2019)* . Guatemala:
Ministerio de Economía.

Welsch, G. A., Hilton, R. W., Gordon, P., y Noverula, C. R. (2005). *Presupuestos
Planificación y Control*. México: Pearson Educación.

Wild, J. J. (2015). *Análisis de Estados Financieros*. México: Mc Graw Hill.

ANEXOS

ANEXO 1**GUÍA ENTREVISTA****Dirigida al jefe del área financiera**

Con la finalidad de obtener un diagnóstico del área financiera de la Comercializadora de productos tecnológicos en Guatemala, se establece una serie de preguntas de las áreas relevantes en el análisis financiero.

1. ¿Actualmente existe alguna herramienta de análisis financiero que permita la correcta evaluación de los estados financieros?

SI

NO

2. Si cuentan con herramienta de análisis financiero, puede contestar las siguientes preguntas:

- 2.1. ¿Quiénes tienen acceso a esta información?

- 2.2. ¿Qué personas son las encargadas de elaborarlos?

- 2.3. ¿Con qué frecuencia se realiza el análisis financiero de la empresa?

3. ¿Cómo considera que es la situación financiera de la Comercializadora?

4. ¿Cuáles son las principales fuentes de financiamiento de Comercializadora?

5. ¿La Comercializadora tiene políticas financieras?

SI

NO

5.1 ¿Cuáles son?

5.2 ¿Las políticas financieras que tiene la comercializadora, con qué frecuencia son actualizadas?

5.3. ¿Qué factores son considerados para establecer las políticas financieras?

6. ¿Indique cuál es la política para realizar compras de inventario?

7. ¿Cómo se realizan las compras de inventario, en qué se basan?

ANEXO 2
GUÍA ENTREVISTA
Dirigida al jefe del Créditos

Empresa: _____ Fecha: _____

Nombre: _____

1 ¿Cuál es el cargo que ocupa dentro de la Organización?

3. ¿Cuántos años tiene trabajando en la empresa?

4. ¿Indique cuál es la política para otorgar los créditos a los Clientes?

5. ¿Existe penalización para atraso en los pagos de los clientes?

SI

NO

5.1 ¿A cuánto asciende?

6. ¿Existen políticas de Crédito específicas por cada canal de atención?

7. ¿Cómo es el proceso de recuperación de cuentas morosas?

8. ¿Existen estrategias para la recuperación de la cartera vencida?

9. ¿Hay ocasiones en las que no se ha respetado la política de crédito existente?

SI

NO

9.1 ¿Por qué motivo?

10. ¿Considera que la empresa puede implementar otro modelo de administración de cuentas por cobrar?

ANEXO 3**GUÍA ENTREVISTA****Dirigida al jefe del Área de pago a proveedores**

Empresa: _____ Fecha: _____

Nombre: _____

1 ¿Cuál es el cargo que ocupa dentro de la Organización?

3. ¿Cuántos años tiene trabajando en la empresa?

4. ¿Indique cuál es la política para realizar pago a los proveedores?

5. ¿Existe penalización para atraso en los pagos de algunos proveedores?

SI

NO

5.1 ¿A cuánto asciende?

6. ¿Hay ocasiones en las que no se ha respetado la política de crédito existente?

SI

NO

6.1 ¿Por qué motivo?

7. ¿Existen diferentes tipos de crédito para compra de inventario, para adquisición de insumos y para servicios adquiridos?

SI

NO

7.1 ¿Indique la diferencia?

8. ¿Considera que la empresa puede implementar otro modelo de administración de cuentas por cobrar?

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Balance general años 2016, 2017, 2018.	38
Tabla 2 Estado de resultados año 2016, 2017 y 2018	39
Tabla 3 Análisis horizontal del balance general de los años 2016, 2017 y 2018	41
Tabla 4 Análisis horizontal estado de resultados de los años 2016, 2017 y 2018	44
Tabla 5 Análisis vertical del balance general de los años 2016, 2017 y 2018	45
Tabla 6 Análisis vertical el estado de resultados de los años 2016, 2017 y 2018	48
Tabla 7 Indicadores de liquidez años 2016, 2017 y 2018	49
Tabla 8 Indicadores de actividad	51
Tabla 8 Indicadores de actividad	52
Tabla 9 Ciclo de conversión del efectivo en días	54
Tabla 10 Indicadores financieros de márgenes de ganancia y rentabilidad	55
Tabla 11 Indicadores financieros de endeudamiento años 2016, 2017 y 2018	58
Tabla 12 Propuesta de cambio de concentración de las cuentas por cobrar	64
Tabla 13 Propuesta de cambio de concentración de las cuentas por pagar con base en los porcentajes obtenidos del análisis del año 2018	69
Tabla 14 Gastos efectuados en los años 2016, 2017 y 2018	71

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Empresas más valiosas en el mundo	4
Gráfica 2 Importaciones por país, durante el primer trimestre 2019 en millones de dólares	6
Gráfica 3 Comercio exterior por socio comercial periodo: enero-marzo 2019	7
Gráfica 4 Distribución del activo corriente del año 2018	40
Gráfica 5 Comparativo de indicadores de liquidez años del 2016 al 2018	50
Gráfica 6 Período de cobro (azul) y pago (naranja) años del 2016 al 2018	53
Gráfica 7 Comparativo de ROE Y ROA años del 2016 al 2018	57
Gráfica 8 Comparativo de coeficiente de endeudamiento a largo y a corto plazo	60
Gráfica 9 Estructura de las cuentas por cobrar con base en los porcentajes obtenidos del análisis de los pagos de los clientes durante el año 2018	62
Gráfica 10 Distribución de cartera de clientes según la moneda de pago durante el año 2018	63
Gráfica 11 Distribución de la cuenta por pagar	66
Gráfica 12 Estructura de las cuentas por pagar durante el año 2018	67
Gráfica 13 Distribución de los tipos de proveedores según los pagos realizados durante el año 2018	68
Gráfica 14 Comparativo de la propuesta de cuentas por pagar con la estructura actual	70
Gráfica 15 Comparativos de los principales gastos en los años 2016, 2017, 2018	73
Gráfica 16 Gastos más altos durante el año 2018	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Canales de distribución	26
----------------------------------	----