

**DIAGNOSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA DISTRIBUCIONES ACOSTA Y
CIA S.A.S. MEDIANTE INDICADORES FINANCIEROS E INDUCTORES DE
VALOR**

JORGE IVÁN BENÍTEZ GÓMEZ

C.C 70.420.190

UNIVERSIDAD DE MEDELLIN

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN FINANCIERA EMPRESARIAL

COHORTE 41

MEDELLIN ANTIOQUIA

2013

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	6
1. APARTES DEL PROYECTO	7
1.1 Identificación del problema	7
1.2 justificación	8
1.3 Formulación del problema.....	9
1.4 Objetivos.....	9
1.4.1 Objetivo General.....	9
1.4.2 Objetivos Especificos	9
2. MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes.....	17
2.2. Analisis Dofa.....	18
2.2.1.Fortalezas.....	18
2.2.2. Debilidades..	18
2.2.3. Oportunidades	18
2.2.4 Amenazas.	19
2.3. Analisis de Indicadores	20
2.3.1 Ratios de Liquidez.....	20
2.3.1.1.Liquidez General.....	20
2.3.1.2 Prueba Acida	21
2.3.1.3 Liquidez Absoluta.....	22
2.3.2 Ratios de Solvencia.....	23
2.3.2.1 Endeudamiento del Activo Total	23
2.3.2.2 Endeudamiento Patrimonial	24
2.3.2.3 Cobertura de Gastos Financieros	25
2.3.3 Ratios de Utilidad	26
2.3.3.1 Margen Bruto	26
2.3.4. Ratios de Rentabilidad.....	27
2.3.4.1 Rentabilidad de las Ventas Netas	27

2.3.4.2. Rentabilidad Neta de la Inversiones	28
2.3.4.3. Rentabilidad Neta del Patrimonio	29
2.3.4.4. Rentabilidad Neta del Capital	30
2.3.5. Ratios de Gestión	31
2.3.5.1. Ratios de Inventarios	31
2.3.5.2. Rotación de Cuentas por Cobrar	33
2.3.5.3. Rotación de Cuentas por Pagar	34
2.3.5.4. Rotación de Pagos (veces).....	36
2.4. ACTIVIDAD ECONOMICA.....	37
2.4.1. Rentabilidad Sobre Ventas (Return of Sales-Ros)	37
2.4.2. Rentabilidad Sobre Activos (Return on Assets-Roa).....	38
2.4.3. Rentabilidad Financiera (Return on Equity-Roe).....	38
2.5. ANALISIS DEL CAPITAL DE TRABAJO NETO	39
3. ANALISIS HORIZONTAL Y VERTICAL DE LOS ESTADOS FINANCIEROS.	41
3.1. Balance General	41
3.1.1. Activo	41
3.1.2. Activo Corriente	41
3.1.2.1. Caja y Bancos.....	41
3.1.2.2. Cuentas por Cobrar	42
3.1.3. Activo no Corriente	43
3.1.3.1. Propiedad Planta y Equipo	43
3.1.4. PASIVO.....	44
3.1.4.1. Pasivo Corriente	44
3.1.4.2. Cuentas por Pagar y Obligaciones Financieras	44
3.2. ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	46
3.2.1. Ventas Netas	46
3.2.2. Costo de Ventas	47
3.2.3. Gasto de Ventas	47
3.2.4. Gasto de Administración	48
3.2.5. Otros Ingresos no Operacionales	49
3.2.6. Gastos no Operacionales	51

3.2.7. Utilidad Neta	53
Conclusiones y Recomendaciones	55
Bibliografia.....	58
Cibergrafia	59

INTRODUCCIÓN

Muchas empresas del ámbito nacional, pocas veces se toman la tarea de realizar diagnósticos periódicos para determinar la salud financiera de la misma, una herramienta muy útil para hacerlo es mediante el uso de indicadores financieros implementados en la compañía, estos representan la medición de la gestión empresarial de los principales procesos del área financiera direccionados por la Gerencia General.

Por ello se hace relevante hacer este trabajo aplicado a la empresa Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S., empresa dedicada a la comercialización al por mayor de alimentos, esta empresa nunca ha tenido la cultura de medir su desempeño financiero durante el tiempo que lleva realizando su objeto social.

La compañía Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S. Ha manifestado su interés por la realización de este trabajo, dado que el resultado del mismo le permitirá conocer su situación financiera actual, llevando a la implementación de acciones de tipo estratégico que le permitan mejorar su crecimiento económico a través de un buen desempeño organizacional y financiero.

Como punto de partida para dicho trabajo, se tomaran como herramientas básicas los estados financieros de los dos últimos años (2011 y 2012) incluyendo los del primer semestre año actual 2013, esto ayudara a tener un resultado mucho más ajustado de la situación actual de la compañía.

1. APARTES DEL PROYECTO

1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Un análisis financiero es solo una herramienta, aunque de suma relevancia, para realizar todo tipo de diagnóstico financiero dentro de una empresa. Permite además, capturar información técnica, contable y del estado de resultados de las operaciones realizadas en una entidad. Aunque existe más de una herramienta según las cuales pueden utilizarse para estudiar un empresa a fondo y generar un exitoso diagnóstico en un periodo determinado; este análisis que se realice y la interpretación de sus resultados, deberán estar encaminados a la confección de suficientes elementos de criterio, para formular opiniones objetivas que se hayan creado respecto a la situación financiera y económica de la entidad, cuyo propósito se concentra básicamente en la toma de decisiones con los hallazgos de dicho estudio.

En otras palabras, se estudian con base en criterios de comportamiento numérico e índices, cuáles han sido los efectos y sus causas, que en el manejo de la empresa DISTRIBUCIONES ACOSTA Y CIA S.A.S. han generado la actual situación, para así poder establecer dentro de ciertos parámetros cual podría ser su comportamiento en el futuro, todo encaminado a tomar medidas contundentes en el momento preciso.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Hoy en día el estado de competencia cada vez más agresivo, en el sector asociado a nuestra empresa base de estudio, donde los productos de consumo masivo son cada vez más homogéneos, y la única salida a la problemática de la competencia que buscan es la guerra de precios, las conlleva a vender marcas blancas y que se presente el momento para el posicionamiento de nuevas empresas con productos a mejores precios. Las grandes marcas o marcas líder ahora compiten como cualquier otra, solo que ahora en momentos de crisis económica y altos niveles de desempleo, las reglas cambian y el caos en los mercados en general se precipitan cada vez más. Todo como lo conocemos ahora se convierte en una problemática para el mercado del consumo masivo, se hace imprescindible por tanto, el uso de herramientas y estudios de análisis financiero que conlleven a mejorar el comportamiento y rentabilidad de la empresa.

En estos momentos donde la globalización, los TLC y la entrada de más empresas, extranjeras inclusive a nuestro país, obliga a que las compañías no solo se dediquen a comprar y vender, sino a determinar una serie de análisis y de prácticas dentro de ellas con el fin de maximizar sus ventas y llegar a tomar decisiones más asertivas dentro de la empresa, con fines de gestionarlas y controlarlas, mejorar la situación financiera y trabajar en conseguir mejores resultados.

Esta empresa en particular, no trabaja con ninguna de las técnicas mencionadas, ni se preocupa por estar a la vanguardia de las herramientas financieras, o de mercadeo gerencial, que se encuentran en el mercado para maximizar las utilidades de los accionistas, ni para la generación de valor de la compañía, solo se basan en el método de observación para verificar si las cuentas que les generan ganancias en el estado de resultados y la cuenta de bancos ha mejorado, no miden cual ha sido el verdadero crecimiento de la compañía y mucho menos

determinan, si con base en esos supuestos crecimiento de sus indicen, la empresa está generando o destruyendo valor.

De tal manera que se hace oportuno ofrecer un estudio de esta empresa a través del análisis respectivo de sus indicadores, para obtener un posible diagnostico a través de esta herramienta y que sea una de las bases para el desarrollo gerencial que deberá adoptar esta compañía.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Realizar un diagnóstico financiero a través del análisis e Interpretación de los Estados financieros de La Empresa *DISTRIBUCIONES ACOSTA Y CIA S.A.S. en el periodo 2011-2013*

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Emitir un Diagnostico de la situación financiera de la empresa *DISTRIBUCIONES ACOSTA Y CIA S.A.S.*, para establecer ciertas políticas que propendan por una mejor gestión empresarial.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Construir algunos indicadores financieros de mayor relevancia como: Liquidez, Endeudamiento, Rentabilidad, gestión) para desarrollarles el respectivo análisis.
- Evaluar mediante los indicadores cual ha sido el comportamiento de la compañía en el periodo 2011-2013 y determinar si se ha cumplido con los objetivos previstos en la Distribuidora.

- Entregar las recomendaciones respecto las posibles acciones que se deberían llevar a cabo en la empresa.

2. MARCO TEÓRICO

Según la definición técnica de la Real Academia de la Lengua Española RAE, la palabra diagnóstico tiene una relación directa con el conocimiento por medio de la recolección y análisis de datos con el fin de evaluar problemas.

El diagnóstico es una herramienta de fácil uso y de gran utilidad que brinda conocimiento sobre el presente de una determinada organización, sus puntos fuertes y débiles a nivel financiero. Estos diagnósticos permiten detectar las fuentes principales de los problemas, para direccionar los esfuerzos de la organización a una posible solución de estos.

Para realizar los indicadores y por ende el diagnóstico, se deben tener en cuenta dos pasos claves que permiten obtener un resultado completo y que arroje resultados impactantes, siendo ellos:

- Obtener una fotografía sobre el presente de la organización de forma detallada, por medio de los resultados arrojados por los indicadores financieros.
- Determinar cuáles son las razones por las que no se logran conseguir o alcanzar los puntos de referencia u objetivos implícitos de la empresa, aunque es claro que la compañía nunca ha realizado un plan estratégico que le apunte a maximizar valor sino que todo lo han realizado empíricamente.

Una vez entregado el informe final de análisis y recomendaciones, éste proveerá a la alta gerencia de la organización, herramientas que permitan tomar decisiones adecuadas con directrices y lineamientos que conduzcan a lograr los objetivos y metas propuestas.

El objetivo de un buen diagnóstico también llamado proceso analítico, consiste en conocer los principales factores negativos y positivos de la empresa y de su

entorno, para lograr soluciones eficaces que permitan posicionar la empresa y volverla más competitiva y por consiguiente maximizar la riqueza del ente económico que es objeto de estudio, tanto en el corto como en el largo plazo” (p. 17) ¹

Es indispensable tener buena información para las compañías (tanto financiera como administrativa), no se trata sólo de tener información financiera, ya que esta sólo informa a terceros sobre los hechos económicos de una empresa en particular. La información administrativa, permite construir un complemento a esta información, toda vez que proporciona detalladamente la gestión que sobre las empresas hacen sus administradores y permite identificar el uso eficiente de recursos que hacen éstos.

El diagnóstico financiero contara con indicadores relevantes que facilitaran dicha labor los cuales se definen más adelante como son: indicadores de liquidez, el endeudamiento de los activos y del patrimonio. Además, el diagnóstico también contara con ciertos ratios de gestión, como las diferentes rotaciones de cartera, inventarios cuentas por pagar y cuentas por cobrar, incluso la rotación de los pagos. Se encontrará también allí, el estudio de su actividad económica y las diferentes rentabilidades de las ventas, el activo y la rentabilidad financiera; todos estos, indicadores de suma importancia en cualquier compañía que desee medir realmente el estado actual de su rentabilidad. Se estudiará también las cuentas del Balance General más importantes, que va desde las cuentas de caja y bancos, cartera y el estado de sus activos no corrientes o fijos. Dentro de cada análisis a cada indicador, se encontrará de forma continua el estudio del análisis vertical y horizontal del mismo, entendiéndose estos como la cuantía que representa respecto del cierto rubro dentro del mismo año y el cambio que presenta año tras año, respectivamente. Se observarán además los cambios en las ventas y sus

¹ FIERRO MARTINEZ, Ángel María. Primera Edición. Editorial Universidad Surcolombiana, Agosto 1996, Pág. 15

posibles causas, el estado de los costos y un análisis detallado de los gastos no operacionales que presenta la Distribuidora.

Estos indicadores serán respectivamente los que se definen a continuación:

Ratios de Liquidez

Miden la facilidad que tiene la empresa de transformar sus activos en dinero, para hacer frente a los diferentes pagos que tengan.

$$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Cuanto más grande mejor. Muestra cuántas veces puedes hacer frente a las deudas a corto plazo (menos de un año, 18 meses como máximo) con el activo corriente.

Prueba Ácida

$$\frac{\text{Activo Corriente-Existencias-Diferidos}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Al no incluir el valor de los inventarios poseídos por la empresa, este indicador señala con mayor precisión las disponibilidades inmediatas para el pago de deudas a corto plazo. El numerador, en consecuencia, estará compuesto por efectivo (caja y bancos) más inversiones temporales (Cdt's y otros valores de realización inmediata), denominadas hoy en día "equivalentes de efectivo", y más "cuentas por cobrar"

Ratios de Solvencia

Endeudamiento Patrimonial: Este indicador mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores de la empresa. No debe entenderse como que los pasivos se puedan pagar con patrimonio, puesto que, en el fondo, ambos constituyen un compromiso para la empresa. Esta razón de dependencia entre

propietarios y acreedores, sirve también para indicar la capacidad de créditos y saber si los propietarios o los acreedores son los que financian mayormente a la empresa, mostrando el origen de los fondos que ésta utiliza, ya sean propios o ajenos e indicando si el capital o el patrimonio son o no suficientes.

$$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

Cobertura de gastos financieros: Este ratio nos indica hasta qué punto pueden disminuir las utilidades sin poner a la empresa en una situación de dificultad para pagar sus gastos financieros.

$$\frac{\text{UAI}}{\text{Gastos Financieros}}$$

Margen bruto de utilidad: Mide el porcentaje de utilidad logrado por la empresa después de haber cancelado las mercancías o existencias: $(\text{Ventas} - \text{Costo de ventas})/\text{Ventas}$.

$$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$$

Rentabilidad Neta de las Inversiones: Es la razón de las utilidades netas a los activos totales de la empresa. Evalúa la rentabilidad neta (uso de los activos, gastos operacionales, financiación e impuestos) que se ha originado sobre los activos.

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

Rentabilidad del Patrimonio: Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa.

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

Rentabilidad Neta del Capital: Ratio que mide la rentabilidad de los capitales propios invertidos en la empresa en relación con el beneficio neto obtenido.

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Social}}$$

Rotación de Inventarios: La rotación de Inventarios es el indicador que permite saber el número de veces en que el inventario es realizado en un periodo determinado. Permite identificar cuantas veces el inventario se convierte en dinero o en cuentas por cobrar (se ha vendido).

$$\frac{\text{Inventarios Promedio}}{\text{CMV}}$$

Rotación de Cuentas por Cobrar: La rotación de cartera es un indicador financiero que determina el tiempo en que las cuentas por cobrar toman en convertirse en efectivo, o en otras palabras, es el tiempo que la empresa toma en cobrar la cartera a sus clientes.

$$\frac{\text{Deudores}}{\text{Ventas netas}}$$

Rotación de cuentas por pagar: Identifica el número de veces que en un periodo la empresa debe dedicar su efectivo en pagar dichos pasivos (Compras anuales a crédito/Promedio de cuentas por pagar, o Costo de la mercancía vendida si es el caso).

$$\frac{\text{Cuentas por Pagar}}{\text{CMV}}$$

Rentabilidad Sobre el Activo: Este indicador mide en pesos, cuánto están representando en utilidades netas los activos, es decir, cuantos pesos genera de utilidad la inversión sobre estos.

Utilidad Neta
Activos

Rentabilidad sobre el Patrimonio: Este indicador muestra cuantos pesos le está generando su patrimonio invertido en la compañía, pues éste, es el verdadero capital, porque los activos también están financiados por terceros, así que este indicador debe rendir aún más que la rentabilidad sobre los activos.

Además también incluiremos el análisis de cada una de las cuentas más importantes del balance. Para comenzar este diagnóstico de la Distribuidora, se desarrollará también un análisis DOFA como herramienta administrativa, la cual estudia los aspectos internos y externos que afectan de manera directa o indirecta los resultados de la empresa. Esta matriz se utiliza para determinar el estado actual de la empresa respecto de los factores tanto micro como macroeconómicos, que traduce como está la empresa, como va, que le falta o necesita, que no están haciendo o que podrían hacer mejor, y que conllevará a una mejor toma de decisiones, dando así una visión en principio más global e integral de la verdadera situación de la empresa, para que muchas situaciones no la tomen por sorpresa.

2.1 ANTECEDENTES

DISTRIBUCCIONES ACOSTA Y CIA S.A.S. nace con el fin de entrar a competir en el mercado de centros de abastecimiento de consumo masivo, dadas las facilidades para sus fundadores de poder entrar a comercializar los productos de las diferentes categorías en el mercado de consumo masivo, dada las posibilidades de poder establecer negociaciones en precios mucho más favorables con diferentes proveedores en diferentes zonas, incluso otras ciudades. La propuesta se puso en marcha y hasta la fecha la distribuidora ha mostrado comportamientos volátiles pero con utilidades que sostienen los costos totales del negocio. Por tanto, este negocio se proyecta como una empresa sostenible en el tiempo, sin embargo, si el proceso de globalización y los nuevos tratados siguen expandiéndose de la forma en que vienen haciéndose, estos modelos de negocio pueden verse afectados en el tiempo, si ninguna medida ha de ser tomada para enfrentar los cambios que el mercado obliga en su estado de competencia continuo.

2.2 ANALISIS FODA

2.2.1 FORTALEZAS:

- Empresa competente en el sector de consumo masivo, pues ha sabido sostenerse y crecer en el tiempo.
- Cuentan con la infraestructura adecuada para la atención a los consumidores.
- Nivel de personal apropiado para el trabajo y la atención al cliente.
- Bajo nivel de endeudamiento.
- Buen ambiente laboral.

2.2.2 DEBILIDADES:

- Bajos controles sobre el nivel de ventas.
- Poca disposición por parte de la gerencia y los accionistas a aplicar herramientas de finanzas y mercadeo de vanguardia.
- No miden los niveles de crecimiento, valor agregado, ninguna metodología de mejora permanente de las actividades para maximizar la riqueza de los inversionistas.
- Empresa manejada a la antigua.
- No existe diferenciación de ningún tipo, respecto a las demás empresas.
- Bajos niveles de publicidad y mercadeo en el punto de venta.

2.2.3 OPORTUNIDADES:

- La mayoría de estos negocios trabajan de la misma manera, así que es posible empezar a hacer un buen trabajo en todo el score y el business managment

- Incursionar en otros Mercados, abrir nuevos, ampliar la cartera de proveedores, incluso de importados
- Se pueden implementar herramientas de avances tecnológicos en facturación, caja y recepción de pedido, entre otras, puesto que pocas empresas de este tipo lo tienen, por ejemplo, la adquisición de algún un software de última tecnología que ayude a medir los avances y todos los demás indicadores.

2.2.4 AMENANZAS:

- Incursión de nuevas cadenas de consumo masivo e hipermercados en la ciudad y resto del país, Hipermercados JUMBO por ejemplo, y la expansión de la cadena éxito con sus nuevos modelos de mini mercados.
- Demasiada competencia en el mismo sector.
- Ningún tipo de diferenciación.
- Bajo crecimiento de la economía en general, incrementos en los niveles de desempleo.
- Cada vez existen más empresas dedicadas al mismo objeto, por tanto se visualiza una competencia creciente y más agresiva.

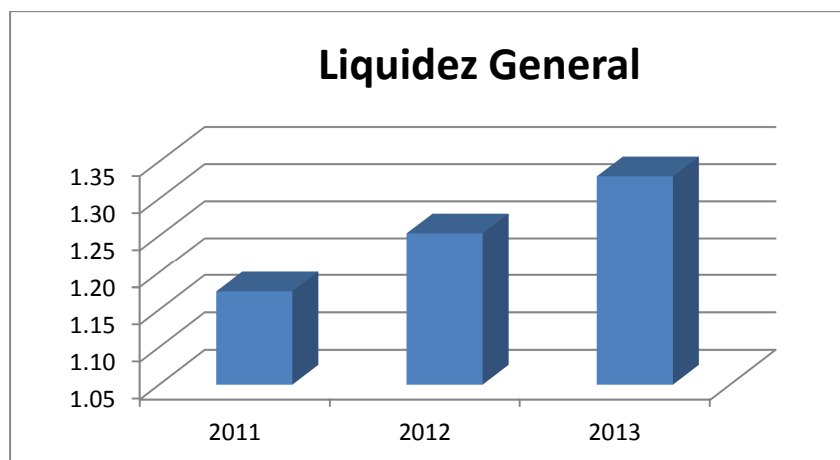
2.3 ANÁLISIS DE INDICADORES

2.3.1 Ratios de Liquidez

2.3.1.1 Liquidez General

Activo Corriente		Pasivo Corriente	
2011	2012	2013	
1.367.099.028	1.191.134.804	1.301.727.302	
1.164.127.607	950.413.250	978.676.418	
1,174	1,253	1,330	

Este índice, representa de una forma general la liquidez y la capacidad de la empresa de poder sostener sus deudas en el corto plazo. En el 2011, este índice arroja un valor de 1,17, en 2012 1,25, finalmente en 2013 obtenemos un valor de 1,33; lo cual traduce que la empresa se encuentra dentro del margen ideal para sostener sus deudas en el corto plazo. En todos los años este índice es mayor a uno (1), lo cual traduce que la empresa tiene más de un peso en cada uno de estos años para sostener un peso invertido en sus niveles de deuda a corto plazo. Lo cual infiere un buen comportamiento en este indicador. La liquidez general de la empresa se mantiene saludable en estos tres periodos. Podemos además inferir, que estos pesos que sobran en cada año, 0.17, 0.25 y 0.33, son valores restantes que pueden traducir que la empresa puede incluso endeudarse un poco más o hacer inversiones que le permitan expandirse como negocio o ampliar sus categorías y mejorar el estado de sus ventas. Es bueno también revisar el estado y el stock de las mercancías si se mantienen en un estado óptimo o es posible darles mejor manejo o abrir nuevos mercados, abrir nuevos canales de distribución, que les permita reinvertir y expandir su negocio. Recordemos además que un peso que se tiene en liquidez, es un peso que deja de rentarnos intereses o que pierde valor en el tiempo y se verá afectado por la inflación.



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

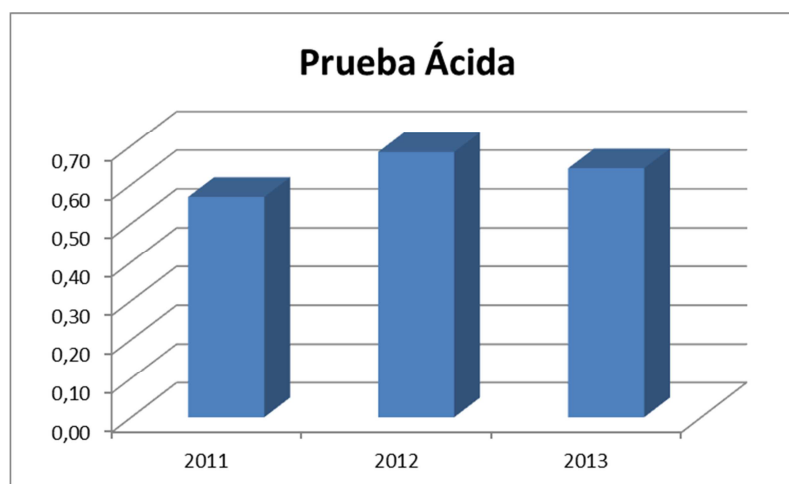
2.3.1.2 Prueba Acida

Activo Corriente-existencias-Diferidos		
Pasivo Corriente		
2011	2012	2013
661.526.900	649.721.914	628.106.838
1.164.127.607	950.413.250	978.676.418
0,568	0,684	0,642

Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

Este indicador nos muestra de una forma más precisa el comportamiento de la liquidez, por tanto que ha prescindido de las partidas menos liquidas del activo corriente. En el año 2011 es de 56.8% aproximadamente, en el 2012 de 68.4% y el en 2013 es de 64.2%, para cubrir cada peso del pasivo corriente. En comparación con el año 2011, la liquidez en 2012 y 2013 el indicador sufrió una mejoría, sobre todo el comportamiento obtenido en 2012 mostró mejor

comportamiento, pues aunque los gastos diferidos aumentaron, el componente de los inventarios disminuyó, y en el último año ya había menos gastos diferidos y el inventario vario poco proporcionalmente con el año anterior.



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

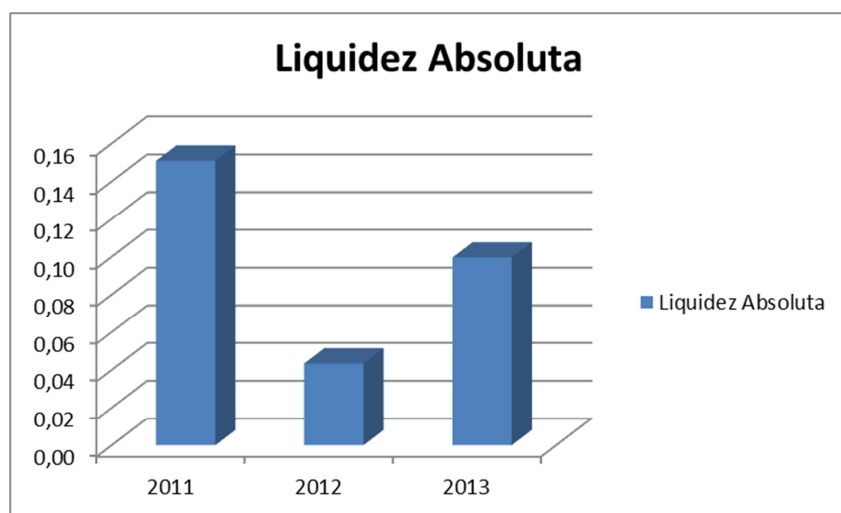
2.3.1.3 Liquidez Absoluta

Caja y Bancos		
Pasivos Corrientes		
2011	2012	2013
175.600.000	41.278.000	97.460.521
1.164.127.607	950.413.250	978.676.418
0,15	0,04	0,10

Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

Este índice representa las cuentas más líquidas del activo corriente y refleja de alguna forma el tiempo que la empresa podrá operar con sus inversiones más líquidas. En comparación con el año 2011, la liquidez absoluta en el año 2012 tuvo un descenso precipitado, pero en el año 2013 logra recuperar gran parte de esta liquidez inmediata que posee en caja y bancos, para atender sus pagos y

hacer compras más ligeras. En el 2011 es posible que haya sobrepasado los límites de la liquidez, es de esperar tener una caja líquida y permanente, porque determinar cuál debe ser el nivel óptimo de liquidez fundamental para cualquier negocio.



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

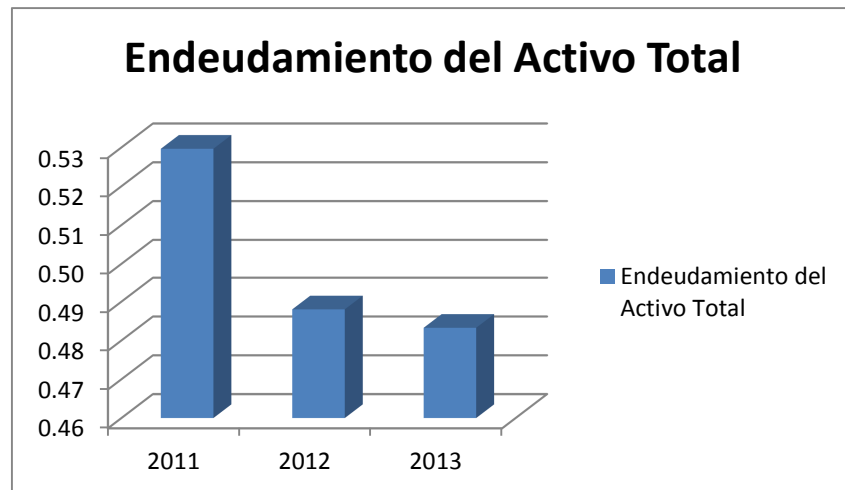
2.3.2 Ratios de Solvencia

2.3.2.1 Endeudamiento del Activo Total

	Pasivo Total		
	Activo Total		
	2011	2012	2013
	1.164.127.607	950.413.250	978.676.418
	2.197.897.999	1.947.541.036	2.025.198.442
	0,529654974	0,48800679	0,48324964

Este índice nos refleja la idea de la porción de las inversiones totales que han sido financiadas con deudas a terceros. Mientras más alto sea este índice, mayor financiamiento con terceros, así, como podemos observar en todos los años, la

proporción de pasivos que está cubriendo con sus activos, representan solo el 50% de estos en cada uno de los periodos, lo cual refleja que sostienen cierta autonomía financiera en la empresa y un relativo buen apalancamiento financiero en cada año, aunque en el año 2011 su apalancamiento fue mayor en algunos puntos porcentuales.



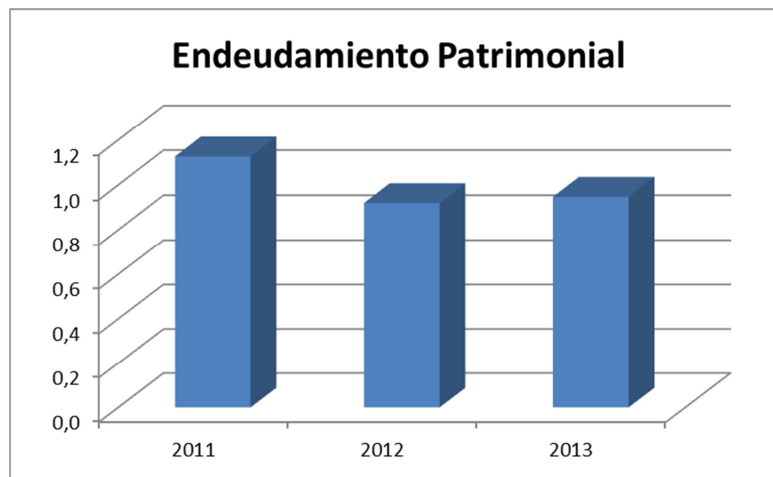
Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

2.3.2.2 Endeudamiento Patrimonial

Pasivo total		
Patrimonio		
2011	2012	2013
1.164.127.607	950.413.250	978.676.418
1.033.770.392	1.033.770.392	1.033.770.392
1,13	0,92	0,95

El endeudamiento patrimonial refleja nuevamente, el componente de las inversiones totales que han sido financiadas con deudas a terceros, dado que en el 2011 es te índice fue mayor a la unidad, es decir, 1,13 aproximadamente, esto

infiere que los accionistas están financiándose más con terceros que con capital propio (aportes y utilidad del ejercicio), lo que se traduce en menor autonomía financiera o un mayor apalancamiento financiero. Los cambios en las cuentas del pasivo son alteradas básicamente por el movimiento en las obligaciones financieras y los cambios en la utilidad del ejercicio. En términos generales el ratio se mantiene alrededor de la unidad, así que la empresa no se encuentra en un alto nivel de riesgo financiero, aunque puede ser beneficioso endeudarse dado los buenos niveles del costo del financiamiento y su aparente nivel de liquidez y capacidad de pago.



2.3.2.3 Cobertura de Gastos Financieros

UAI		
Gastos Financieros		
2011	2012	2013
54.606.326	43.562.026	143.230.634
94.869.330	70.300.120	51.500.300
0,57559515	0,619657918	2,781161158

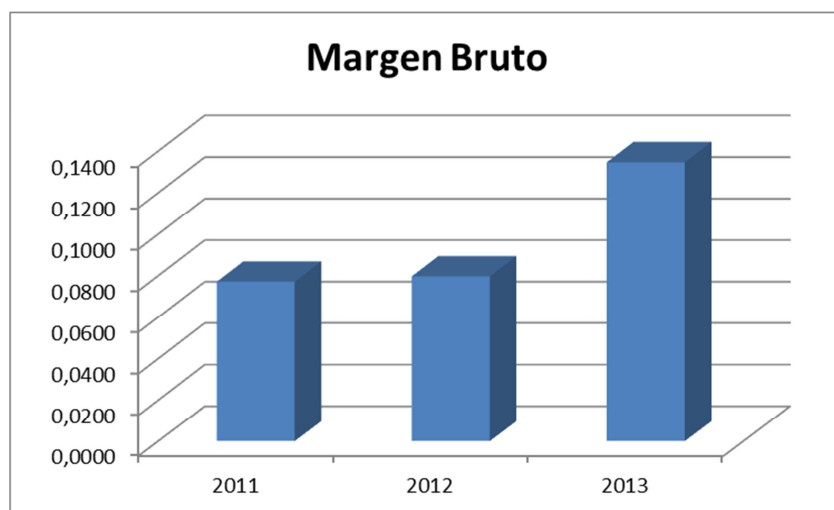
Este índice refleja la cantidad de veces que la utilidad operativa o UAI representa los gastos financieros, de alguna manera expresa el riesgo financiero que la

empresa obtiene al adquirir compromisos con bancos, aunque la distribuidora tiene unos intereses poco representados en la utilidad operativa, cuenta con suficiente dinero en caja y bancos para ir cubriendo sus obligaciones a corto plazo, incluso juega con los sobregiros bancarios (habría también que determinar el mayor valor del costo) a fin de cubrir sus necesidades. El índice va mejorando año tras año para terminar en 2013 con una utilidad operativa casi 3 veces por encima de lo que representan estos gastos. Es de notar que los ingresos no operacionales juegan un papel preponderante en los resultados del periodo, para que esta pueda sostenerse y crecer en el tiempo.

2.3.3 Ratios de Utilidad

2.3.3.1 Margen Bruto

Este indicador nos enseña el resultado de la operación bruta durante cada periodo contable, es el resultado de restarle a las ventas el costo de la mercancía vendida. Entre el periodo de 2011 y 2012 las ventas brutas no cambian mucho respecto de las ventas totales, por tanto, el índice no varía de manera significativa, sin embargo en lo corrido del primer semestre de 2013, este indicador es relativamente mayor respecto de las ventas totales del mismo periodo, alrededor de un 5% más respecto de 2012, así que se espera que al final de 2013, si se mantiene este comportamiento, se esperen muy buenos resultados respecto del margen bruto que deja la venta de la mercancía.



Utilidad Bruta		
Ventas		
2011	2012	2013
487.777.539	493.753.980	376.044.727
6.326.027.348	6.193.753.980	2.792.934.060
0,077106454	0,079718048	0,134641463

2.3.4 Ratios de Rentabilidad

2.3.4.1 Rentabilidad de las Ventas Netas

Este índice refleja directamente el porcentaje de utilidad obtenido dado el correspondiente nivel de ventas. Esta directamente involucrado con el nivel de gastos dentro de la empresa.

Mejorar o maximizar las ventas no necesariamente se traduce en menores costos para la empresa.

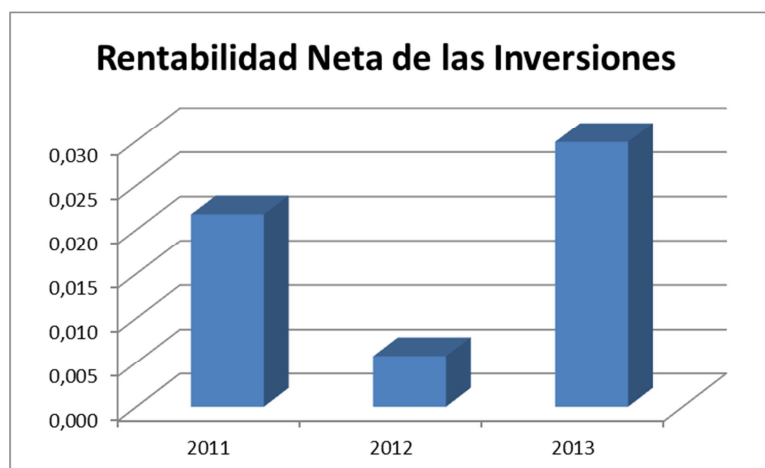
Utilidad Neta		
Ventas Netas		
2011	2012	2013
47.770.392	11.127.786	60.522.024
6.326.027.348	6.193.753.980	2.792.934.060
0,007551405	0,001796614	0,021669693

Puede observarse que en el año 2011 y 2012 las ventas son relativamente cercanas, lo que varía es el resultado de las utilidades al final de cada periodo, y puesto que en el 2012 los resultados no fueron los mejores, por eso se muestra aún una mas baja rentabilidad. Este índice nos muestra la rentabilidad de las ventas obtenidas año tras año, viéndose que en el último año la rentabilidad de las ventas es mucho mas alta.

2.3.4.2 Rentabilidad Neta de las Inversiones

Utilidad Neta		
Activo Total		
2011	2012	2013
47.770.392	11.127.786	60.522.024
2.197.897.999	1.947.541.036	2.025.198.442
0,021734581	0,005713762	0,029884491

Este indicador, refleja la rentabilidad que los activos generan vía utilidad neta. Es decir, por cada peso invertido en activos cada año, la distribuidora está generando 2,17%, 0,5% y casi un 3% de utilidad neta en los años 2011, 2012 y 2013 respectivamente.

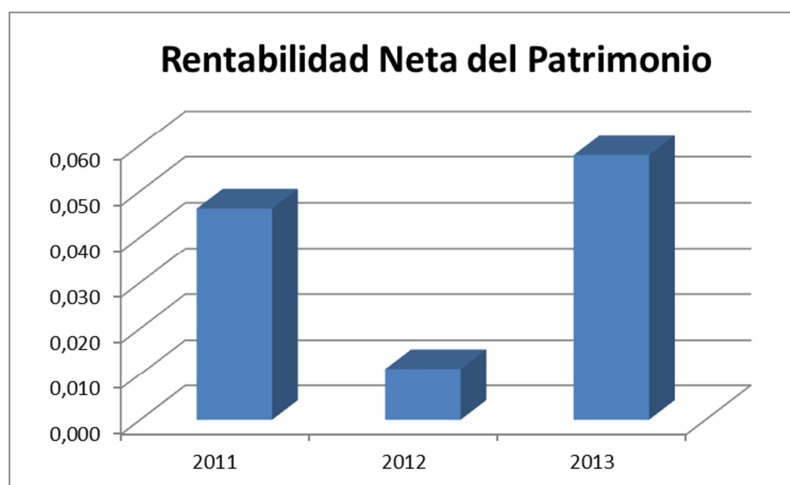


Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

2.3.4.3 Rentabilidad Neta del Patrimonio

Utilidad Neta Patrimonio		
2011	2012	2013
47.770.392	11.127.786	60.522.024
1.033.770.392	997.127.786	1.046.522.024
0,0462	0,0112	0,0578

Este índice nos da una idea relativa a la rentabilidad que los accionistas reciben por cada peso invertido y la respuesta de la reinversión de utilidad del ejercicio en el negocio. Se puede observar que hubo una recaída en 2012, pues la utilidad del ejercicio fue la menor de los 3 periodos y aunque el patrimonio no varía fuertemente, no tuvieron la rentabilidad esperada, como si lo obtuvieron en 2011 y aún mejor en 2013, que fue de casi el 6%. Es posible que este numerador varíe aún más y pueda incrementarse esta utilidad a niveles superiores, para poder lograr una mayor rentabilidad neta del patrimonio.



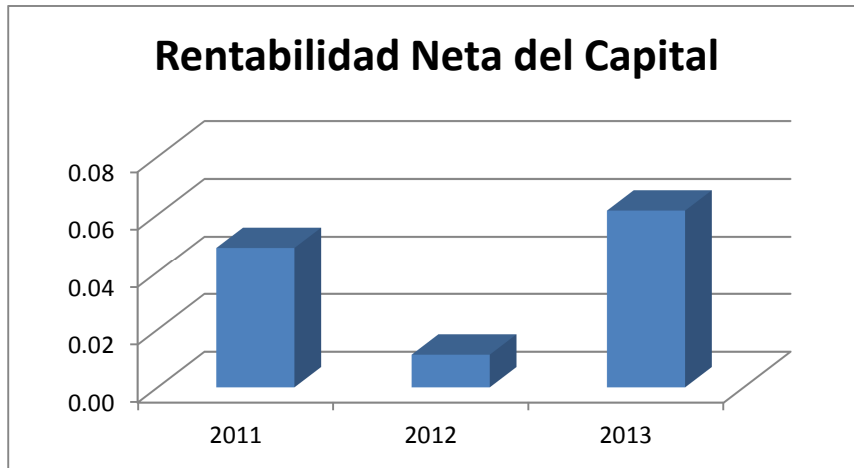
Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

2.3.4.4. Rentabilidad Neta del Capital

Utilidad Neta		
Capital Social		
2011	2012	2013
47.770.392	11.127.786	60.522.024
986.000.000	986.000.000	986.000.000
0,048448673	0,011285787	0,061381363

Este índice refleja lo que llamaríamos la “utilidad por acción” que tienen las empresas por acciones. Es decir, mide cuanta rentabilidad en porcentaje que le refleja cada peso invertido en capital. Como se puede observar, aunque el capital permanece invariable, la mejor rentabilidad se arroja en el transcurrir de este último año 2013, pues el ratio entre la utilidad y el capital genera un mayor resultado. Esto debido al mejor manejo de los gastos operacionales que se dan en este transcurrir del primer semestre, porque no atacan tanto la utilidad operacional y permite que los demás componentes resten en menor proporción la utilidad para alcanzar mejores resultados, con este comportamiento de las ventas

y el comportamiento de los gastos, es posible que la empresa este año genere muchos mejores resultados que en los años anteriores.



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

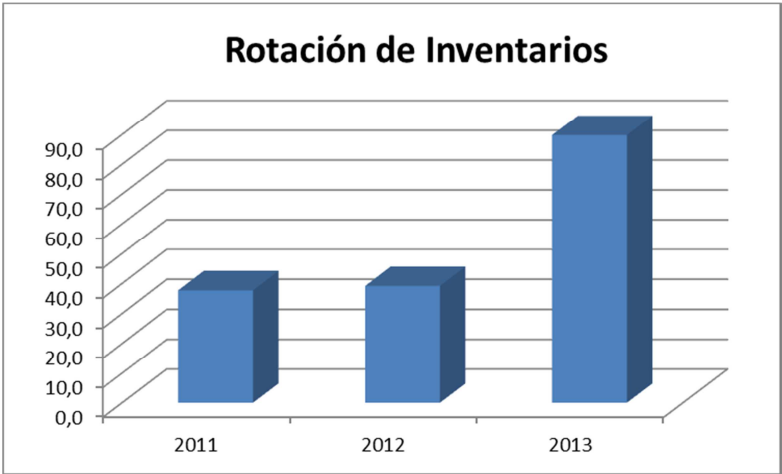
2.3.5 Ratios de Gestión

2.3.5.1 Rotación de Inventarios

Inventarios Promedio		
CMV		
2011	2012	2013
611.520.368	620.098.059	602.942.677
5.838.249.809	5.700.000.000	2.416.889.333
38	39,2	89,81

Para hacer el análisis de este indicador, se promediaron los inventarios finales de los últimos dos años (tomando en cuenta que el año 2013 toma solo información del primer semestre), con los iniciales del periodo inmediatamente anterior, por tanto, tomaremos en cuenta la rotación de inventarios de estos dos últimos periodos. Como se puede observar, la rotación del inventario es en proporción mucho más alta en ese último periodo, lo cual traduce que no mejora la rotación de este indicador, pues además, se tiene un inventario relativamente constante

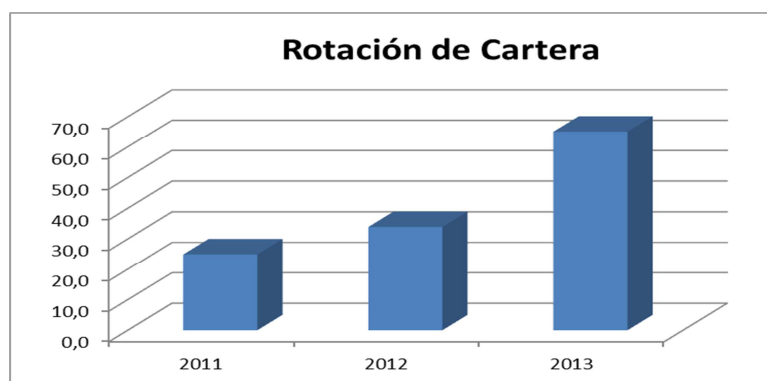
pues aún falta el comportamiento de las ventas para este segundo semestre. Es posible que con el incremento de las ventas al final del periodo, el costo de la mercancía vendida se incremente tanto como para reflejar una mayor rotación del inventario, pues el inventario promedio para lo que va corrido de este último año ya muestra resultados superiores a los años anteriores. Los datos demuestran que se demoran alrededor de 40 días para rotar sus inventarios, sin embargo, esa rotación es aún más del doble para el primer semestre de 2013, lo cual quiere decir que sostienen un inventario elevado para responder ante el público con grandes unidades en el stock de cada uno de sus productos. Este indicador refleja esta cifra tan alta, porque el comportamiento de las ventas solo se analiza para un semestre no para todo el periodo fiscal de 2013.



2.3.5.2 Rotación de Cuentas por Cobrar (días)

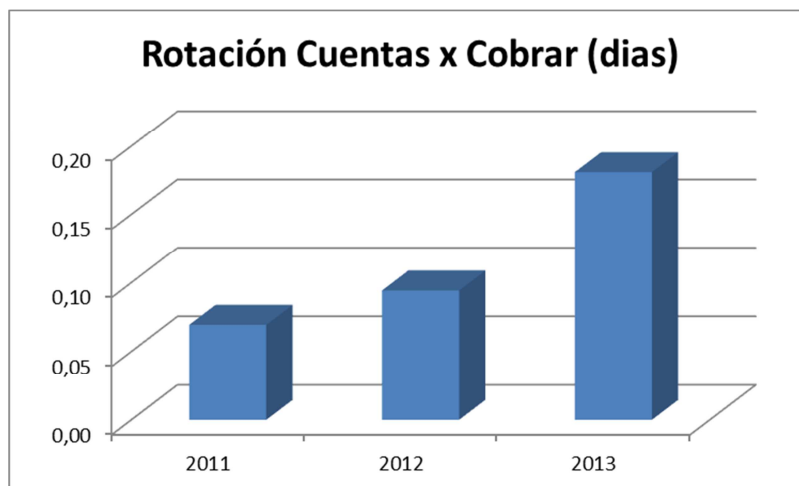
Deudores		
Ventas Netas		
2011	2012	2013
438.569.000	583.542.914	505.200.137
6.326.027.348	6.193.753.980	2.792.934.060
25	33,9	65.1

Este refleja que la empresa ha ido incrementando sucesivamente sus días de recuperación de la cartera, por tanto se encuentra vendiendo más a crédito año tras año, esto puede generar efectos positivos en el comportamiento con los clientes e incluso ampliar su cartera de clientes, sin embargo, el estado de la liquidez para responder por sus obligaciones en el corto plazo pueden verse cada vez más afectadas, incrementado así el riesgo de la compañía a responder por estas obligaciones e incluso incrementar los costos financieros en determinado momento.



Este índice traduce en número de días, lo que demora la empresa en recuperar el cobro de la mercancía entregada a sus “deudores”. Mide, en otras palabras, la proporción de las ventas netas que correspondieron a ventas a crédito, o sea, a la cuenta en relación a los “deudores” en sus cuentas por cobrar. Como se puede observar, este ratio ha venido creciendo proporcionalmente año tras año, y mientras las ventas netas disminuyeron cada año, las ventas aumentaron, incluso, en mayor proporción entre 2011 y 2012. Además, tras el comportamiento del

índice en este último semestre, y la volatilidad que las ventas han tenido, es posible que el índice sufra cambios significativos en lo que resta del año. Por tanto, la situación de la empresa respecto a la gestión de la cartera no ha sido muy favorable, sin embargo, esto representa un costo de oportunidad alto que afecta la liquidez, si lo que quiere es lograr buen volumen de ventas.



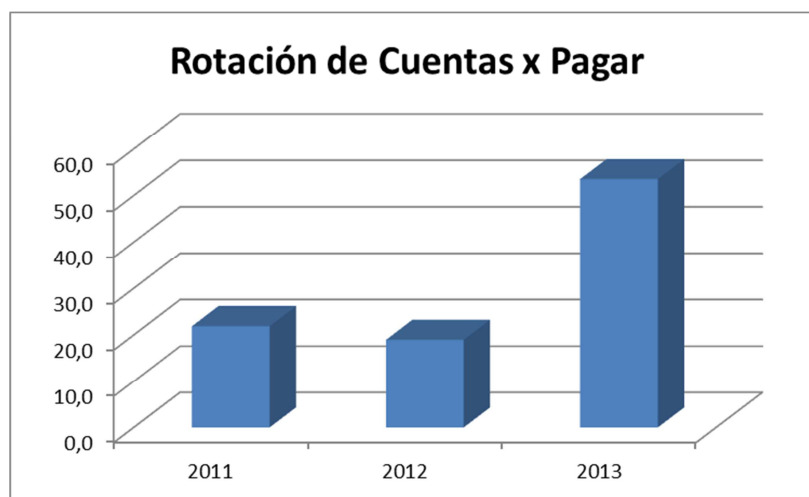
Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A

Por tanto, no ha mejorado entonces, la gestión de las ventas dentro de la empresa, todavía cuenta con temporadas altas, que pueda hacer que al terminar el año fiscal, este indicador se pueda llevar al nivel óptimo o indicado para la Distribuidora. Así, la Distribuidora contara con menos días para rotar el cobro de la mercancía con la que cuenta en la empresa.

2.3.5.3 Rotación de Cuentas por Pagar

Cuentas por Pagar		
CMV		
2011	2012	2013
354.800.000	300.256.800	359.300.111
5.838.249.809	5.700.000.000	2.416.889.333
22	19,0	53,52

Este índice refleja como el área de tesorería no está generando buenas prácticas en sus pagos para “jugar” el mayor número de días con el dinero del Capital de Trabajo. Como se puede observar, la rotación de las cuentas por pagar es menor



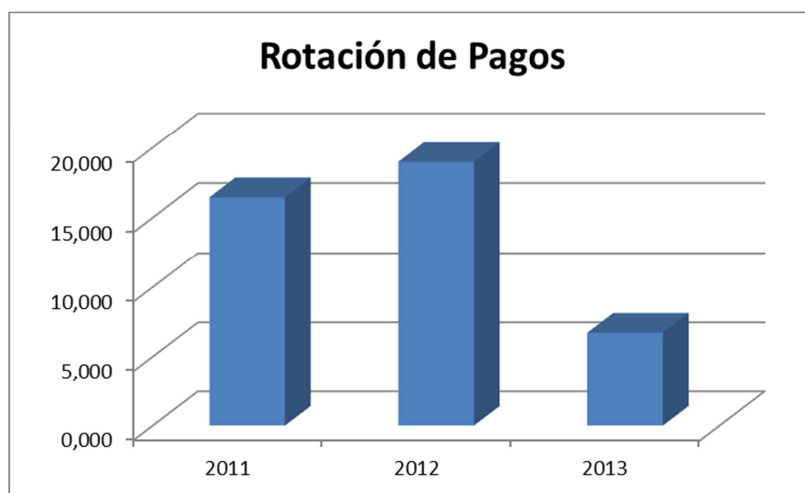
Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

Con respecto a las cuentas por cobrar año tras año, lo cual se traduce en malos manejos administrativos que implican grandes riesgos en la capacidad de pago en un determinado periodo. Muestra el porcentaje de compras que se hicieron a crédito en diferentes momentos durante el año, así por tanto, se puede observar que para este último semestre las cuentas por pagar son mayores proporcionalmente con los años anteriores y que además la cartera no se está recuperando tan rápido como para poder sostener los pagos que hace la empresa a sus proveedores, sería recomendable determinar cuál es el costo de financiamiento, o visualizar el tema de descuentos por pronto pago. Este índice tiene un bajo porcentaje en el 2011 pues posiblemente decidieron pagar de contado la mercancía a sus proveedores, pues habiendo altos niveles de liquidez, esto mejora la relación con los mismos, sin embargo no es lógico que estén pagando más rápido de lo que recuperan con la mercancía que están vendiendo a crédito.

2.3.5.4 Rotación de Pagos (veces)

CMV		
Cuentas por Pagar		
2011	2012	2013
5.838.249.809	5.700.000.000	2.416.889.333
354.800.000	300.256.800	359.300.111
16,45504456	18,98374991	6,726659021

Este índice en cambio, nos muestra el número de veces que la Distribuidora genera sus pagos a los proveedores, así, cuando menor sea este indicador, la empresa podrá invertir todos estos recursos en otros campos donde se reflejen mejores rentabilidades posibles. Es posible observar que en promedio la empresa demora menos de un mes en pagar sus cuentas y en lo que va corrido de este último año el indicador se mantiene constante.



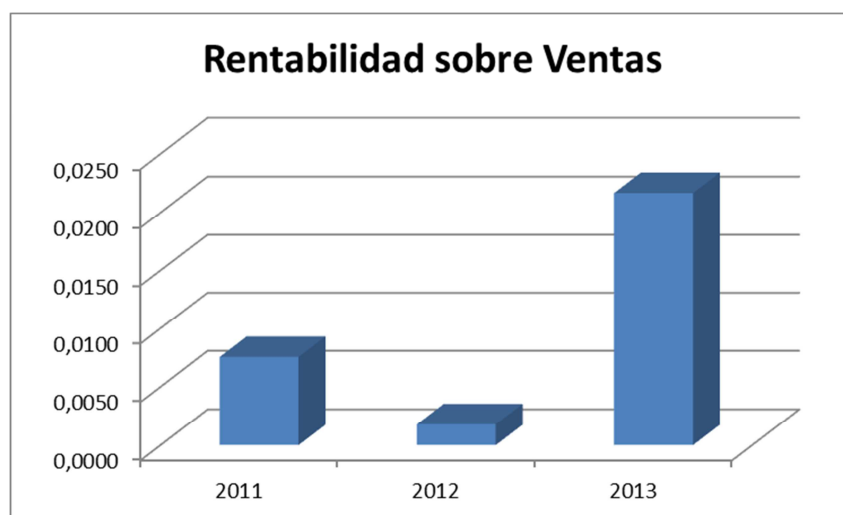
Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

2.4 ACTIVIDAD ECONOMICA

2.4.1 Rentabilidad Sobre Ventas: Return of sales (ROS).

Utilidad Neta		
Ventas		
2011	2012	2013
47.770.392	11.127.786	60.522.024
6.326.027.348	6.193.753.980	2.792.934.060
0,007551405	0,001796614	0,021669693

Este indicador, refleja la capacidad de la empresa de generar utilidad dado un nivel de ventas. Representa el porcentaje de rentabilidad neta sobre el nivel de ventas neto. Por tanto, en el 2012 es cuando la empresa genero el menor porcentaje de rentabilidad de las ventas.



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

Para maximizar esta rentabilidad se recomendaría incrementar el precio promedio o incrementar el volumen vendido en mayor proporción que los costos y gastos y minimizar los costos y gastos de producción, ventas y administrativos.

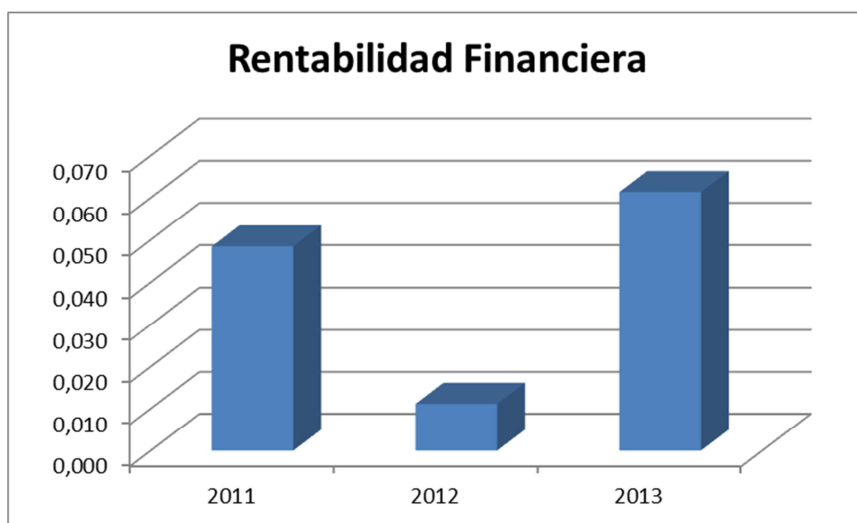
2.4.2 Rentabilidad sobre el activo: Return On Assets (ROA).

Utilidad Neta		
Activo Total		
2011	2012	2013
47.770.392	11.127.786	60.522.024
2.197.897.999	1.947.541.036	2.025.198.442
0,021734581	0,005713762	0,029884491

Este indicador traduce la capacidad de los activos totales que tiene la empresa para generar utilidades. Mide la rentabilidad neta que fueron capaces de lograr en un periodo. Por tanto, como se puede observar, el monto de los activos totales es suficientemente grande para que puedan mostrar un verdadero rendimiento, Así, en promedio podemos decir, que, la empresa obtiene rendimientos cercanos al 2% cada año, aunque en el año 2011 la carga de los activos totales aplacan el bajo rendimiento que se obtuvo en utilidades, por ende el rendimiento solo fue del 0,5% para ese año. En el 2013 lógicamente tras un buen comportamiento de gastos y ventas, acumula una rentabilidad de casi el 3% en lo que va corrido del año.

2.4.3 Rentabilidad Financiera: Return on Equity (ROE).

Utilidad Neta		
Patrimonio		
2011	2012	2013
47.770.392	11.127.786	60.522.024
986.000.000	997.127.786	986.000.000
0,048448673	0,011159839	0,061381363



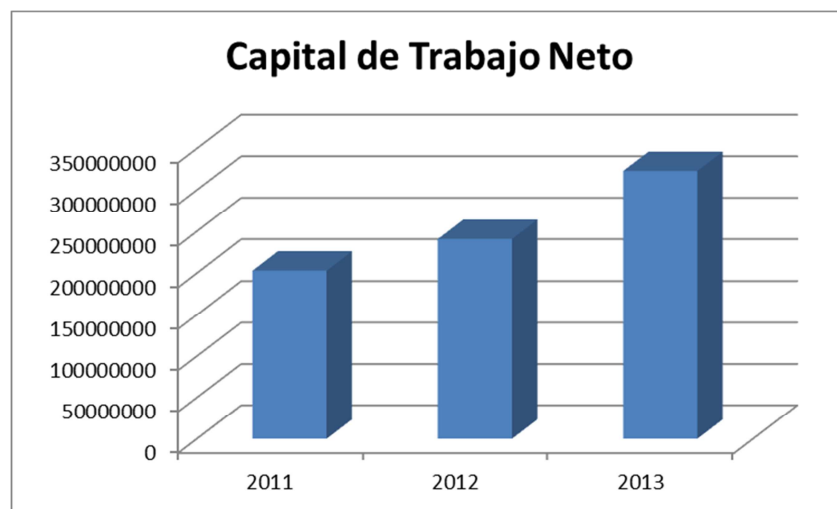
Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

Este índice de rentabilidad representa desde el punto de vista de los accionistas, el margen porcentual que están rentando los aportes. Igual que en conclusiones anteriores, lógicamente este índice, dado el comportamiento de las utilidades el último transcurrir del año, se obtiene la mejor rentabilidad del patrimonio, la cual es del 6,2% aproximadamente. En el 2011 alcanza apenas un 5% aproximadamente, en cambio para 2012 dado el bajo nivel de la utilidad representó solo un poco más del 1% de rentabilidad el patrimonio. A fin de maximizar esta rentabilidad financiera la empresa podrá incrementar el endeudamiento y disminuir el Patrimonio.

2.5 ANALISIS DEL CAPITAL DE TRABAJO NETO

También llamado Working Capital o Fondo de Maniobra, representa cada año un más alto nivel de los activos totales, pues esta cuenta en lo corrido del 2013 obtiene un incremento del 34%, pues incrementa su nivel de ventas a crédito, para alcanzar más ventas cada vez.

Capital de Trabajo Neto		
2011	2012	2013
202.971.521	240.721.554	323.050.884



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

Esta empresa en particular debe tener un alto nivel promedio constante de inventarios, para satisfacer las necesidades corrientes del negocio y tener buen surtido. Básicamente, el activo corriente, entendido como el capital más líquido con el que cuenta la empresa para responder por sus obligaciones a corto plazo, presenta niveles de incremento del 20% entre 2011 y 2012, y en lo que va corrido del 2013 se sostiene sobre el 30% más que el año anterior. Estas cuentas pesan sobre el total de los activos correspondientes anuales, 9,2%, 12,4% y del 16% en lo que va corrido del este último año.

3. ANALISIS HORIZONTAL Y VERTICAL DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

3.1 BALANCE GENERAL

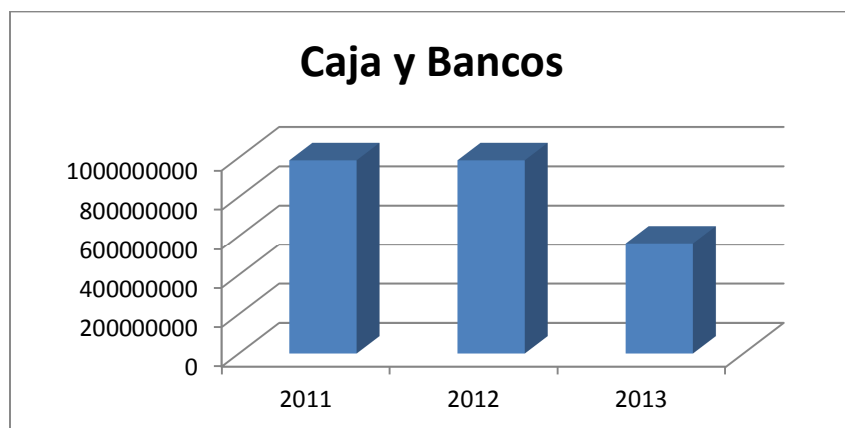
3.1.1 ACTIVO

3.1.2 ACTIVO CORRIENTE

3.1.2.1 Caja y Bancos.

En el periodo 2011 la cuenta de Caja y Bancos fue de un 8% del total del Activo Total que fueron \$2.197.897.999, en el 2012, esta partida fue de un 2% del Activo los cuales fueron \$ 41.278.000, disminuyendo un 75% aproximadamente en dicho rubro para ese año, y en el 2013 la liquidez en caja vuelve a incrementarse al nivel de \$ 90.438.521, poco más del 50% del primer periodo 2011, y poco más del doble del 2012 en lo que va corrido del año y los cuales representan el 4% del total del activo.

Caja y Bancos		
2011	2012	2013
175.600.000	41.278.000	97.460.521
8%	2%	4%

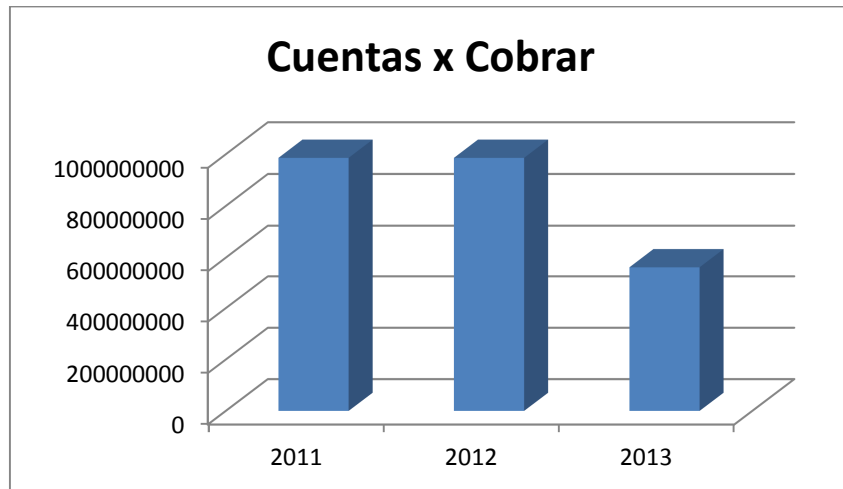


Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

3.1.2.2 Cuentas por Cobrar (Deudores).

Este rubro represento en el 2011 y en los años posteriores un balance en promedio creciente del nivel de los deudores. En cada uno de los años esta cuenta represento el 20, 27 y 23% de los activos totales. O sea que incremento en el 2011 en un 33% su nivel de cartera y en lo que lleva corrido del año, la cartera se sostiene en \$ 505.200.137, lo cual indica que disminuyó en 13,4% su cartera.

Cuentas x Cobrar		
2011	2012	2013
438.569.000	583.542.914	505.200.137
20%	27%	23%



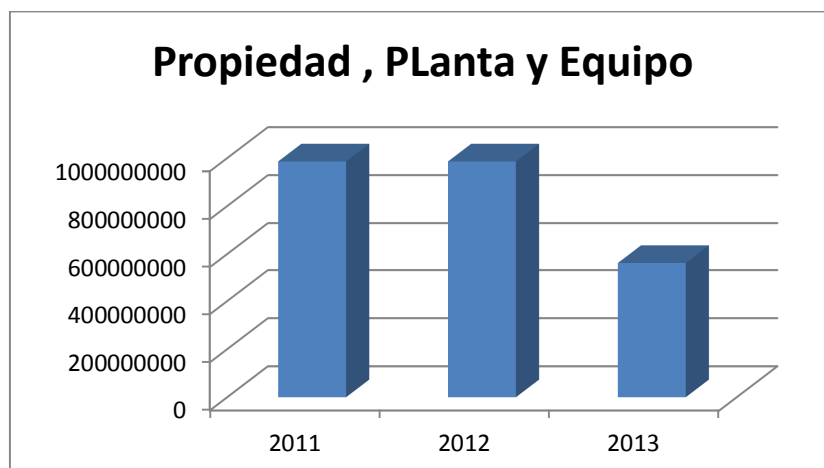
Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

3.1.3 Activo No Corriente

3.1.3.1 Propiedad, Planta y Equipo.

Esta cuenta básicamente refleja el cambio que la depreciación genera sobre todas estas partidas año tras año. Por tanto, se reflejada una suma cada vez más pequeña por causa de la depreciación que se acumula cada año

Propiedad, Planta y Equipo		
2011	2012	2013
822.276.416	756.406.232	723.471.140
37%	34%	33%



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

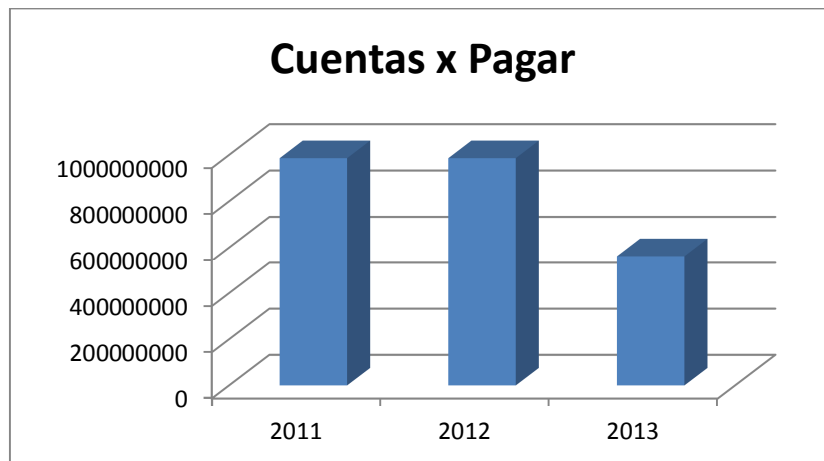
3.1.4 PASIVO

3.1.4.1 Pasivo Corriente

3.1.4.2 Cuentas por Pagar y Obligaciones Financieras.

Las cuentas del pasivo corriente reflejan pocos movimientos o cambios dentro de los 3 periodos de 2011, 2012 y 2013. Básicamente, el movimiento de las cuentas de “sobregiro bancario” y “pagares” son las que sufren los mayores cambios. Todo esto, porque la empresa cuando se ve afectada por capital de trabajo o poco efectivo para responder por los pagos de contado, genera dichos sobre giros y se apalanca un poco de esta manera. Para el 2013, esta cuenta representa un 31% del total de los pasivos, en el 2012 un 26% y en el 2011 un 30%. Lo cual indica una disminución del 15,4% entre 2011 y 2012, y de nuevo un incremento del 20% entre el 2012 y el primer semestre de 2013.

Cuentas x Pagar		
2011	2012	2013
354.800.000	300.256.800	359.300.111
30%	26%	31%



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

Obligaciones Financieras		
2011	2012	2013
731.169.924	573.681.000	562.593.252
63%	49%	48%



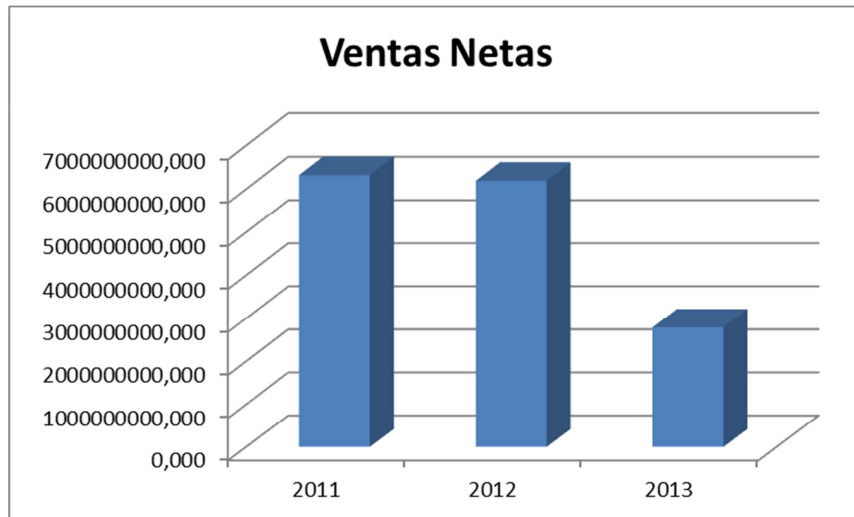
Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

3.2 Estado de Ganancias Y Pérdidas.

3.2.1 Ventas Netas

Esta partida disminuyó entre el 2011 y 2012 un 2,1%, y alcanza niveles del 45% de las ventas respecto del 2012 en los primeros 6 meses del año. Aparentemente, el nivel de ventas de este último periodo y el nivel de gastos se comportan de manera normal, como para pensar en que puedan alcanzar buenas utilidades netas al fin del periodo.

Ventas Netas		
2011	2012	2013
6.326.027.348	6.193.753.980	2.792.934.060

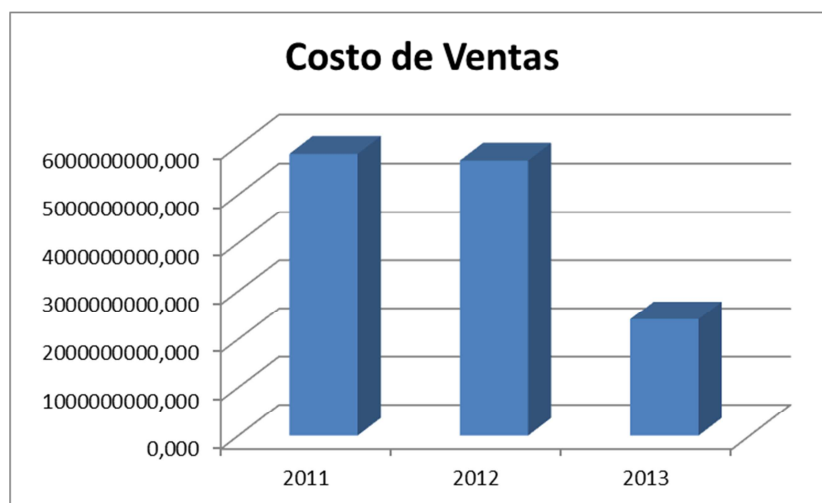


Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

3.2.2 Costo de Ventas

El nivel de costos entre 2011 y 2012 disminuye un poco, dado un menor volumen de ventas y en los primeros 6 meses de este año, el costo alcanza niveles del 42% respecto del año anterior. Aparentemente, este último periodo se viene trabajando a mejores costes, pues sería recomendable evaluar la cartera de proveedores de la Distribuidora y reevaluar los márgenes de ganancia de los productos.

Costo de Ventas		
2011	2012	2013
5.838.249.809	5.700.000.000	2.416.889.333



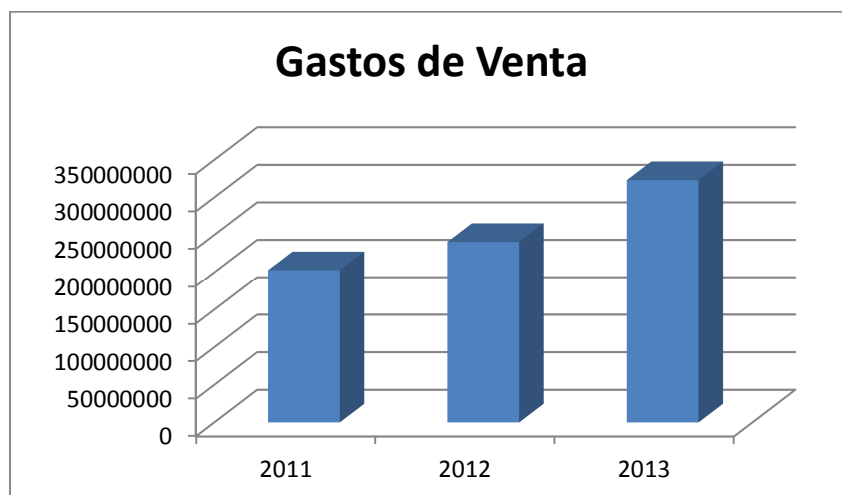
Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

3.2.3 Gastos de Ventas

Esta cuenta refleja un comportamiento constante a lo largo de los tres periodos, básicamente no presenta muchos cambios ni altas variaciones en los tres periodos. Se puede decir que el nivel de gasto se mantiene para este último

periodo, esperando alcanzar un valor semejante a los de los periodos anteriores. Esta cuenta en cada periodo representó un 53%, 43% y un 32% aproximadamente del valor de la utilidad operacional, lo cual confirma un buen comportamiento a la baja en lo corrido del primer semestre de 2013.

Gastos de Venta		
2011	2012	2013
227.201.831,00	237.519.600,00	119.366.299,000



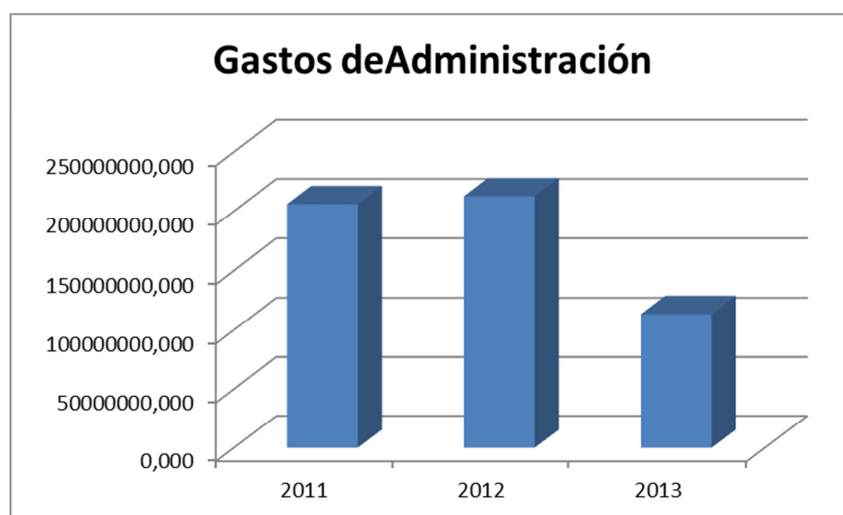
Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

3.2.4 Gastos de Administración.

Esta partida en el periodo de 2011 a 2012 aumento un 3,3%, y proporcionalmente respecto de 2012, esta cuenta en los primeros 6 meses de este año se encuentra por los mismos niveles de gastos. Pues en lo que va corrido de los primeros meses la cuenta llega hasta \$ 113.447.794, que representa aproximadamente un 54% de los gastos totales del periodo inmediatamente anterior. Los gastos administrativos reflejan en el 2011, un 40% aproximadamente respecto de la

utilidad operacional, en el 2012 disminuye unos pocos puntos porcentuales y ya en el 2013, se mantiene alrededor de un 30% de la utilidad operacional del primer semestre de 2013.

Gastos de Administración		
2011	2012	2013
205.969.381,77	212.672.354,00	113.447.794,000



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

3.2.5 Otros Ingresos no Operacionales

Esta partida sufre una disminución continua año tras año, en el 2011 la Distribuidora captaba ingresos financieros por un total de \$64.009.497, en el 2012 ya esta cuenta disminuyo casi un 50%, y de nuevo esta cuenta en los primeros 6 meses de este año, va en \$16.291.900, o sea que disminuyó un 80% esta vez en el 2013. Se está hablando de que los ingresos no operacionales estaban cubiertos en gran parte por la partida de ingresos financieros en el 2011, en un 60% aproximadamente. Pero el comportamiento de este indicador no tuvo los

mismos resultados en los años posteriores. Y aunque la participación de los ingresos financieros es la misma o mayor en los demás años, la cantidad absoluta total de los ingresos no operacionales del 2012 y 2013 es mucho más reducida que la del 2011. Lo mismo pasa lógicamente con las demás cuentas que ayudan a soportar un mejor nivel de ingresos, como lo fueron las cuentas de “Arrendamiento” y “Comisiones, donde esta última incluso desaparece por completo en el 2013.

Ingresos No Operacionales		
2011	2012	2013
108.117.304,47	65.467.000,00	16.291.900,000



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

3.2.6 Gastos No operacionales.

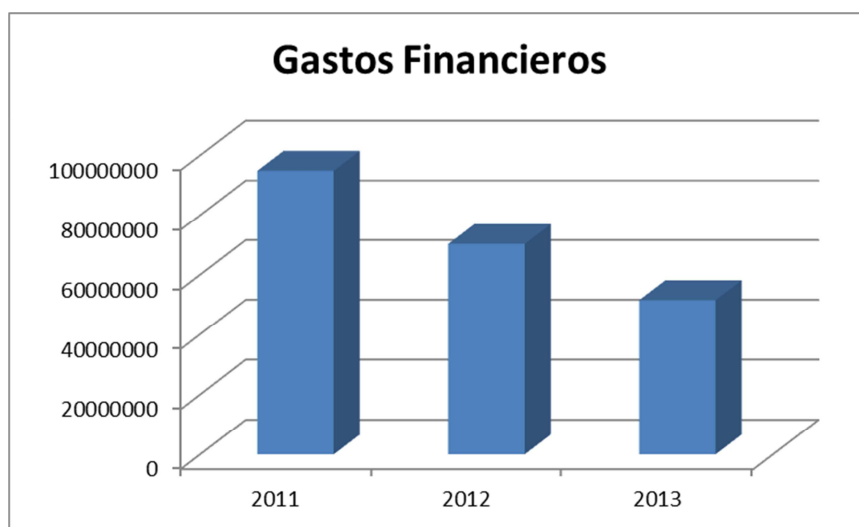
El comportamiento de este índice no ha sido muy favorable para la Distribuidora estos últimos años. Como se puede observar en la figura, este rubro permanece en promedio, relativamente constante en los tres periodos. Dentro de esta partida, ocurre un comportamiento poco regular en la partida de gastos correspondiente a la cuenta de “diversos”, pues se nota un incremento a gran escala importante de analizar. Se está hablando de pasar de un valor de \$ 14.720.701 en 2011, a 18 millones y medio en 2012 y \$38.400.000 en los primeros seis meses de 2013, por tanto, es recomendable estudiar el por qué del crecimiento de esta cuenta tan acelerado, pues la cuenta relativa a los gastos no operacionales financieros de la distribuidora se han podido reducir en más de un 45%.

Gastos No Operacionales		
2011	2012	2013
110.408.239,09	92.000.790,00	94.700.510,000



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

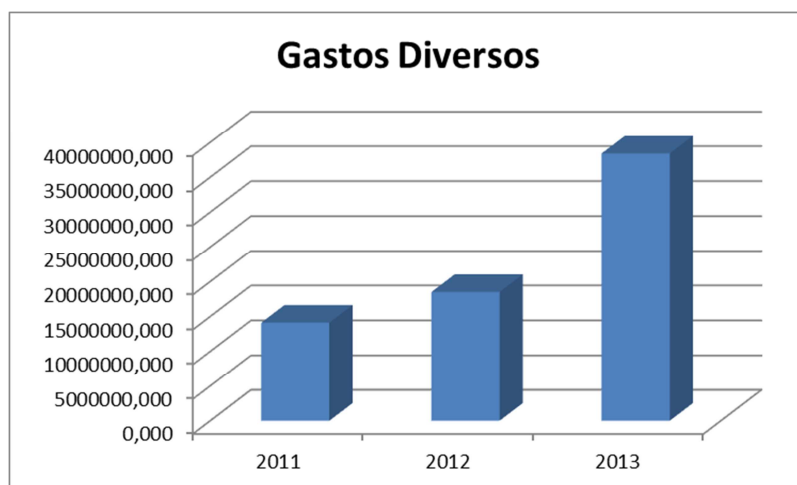
Gastos Financieros		
2011	2012	2013
94.869.330,03	70.300.120,00	51.500.300,000



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

Claramente se observa el comportamiento opuesto contenido entre estas dos cuentas, donde se aprecia que a pesar de que la empresa mejora su relación con los bancos y se apalanca cada vez más con sus propios recursos, la cuenta de gastos diversos no deja reflejar este buen manejo en el estado de resultados.

Gastos Diversos		
2011	2012	2013
14.120.701,18	18.500.500,00	38.400.210,000



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

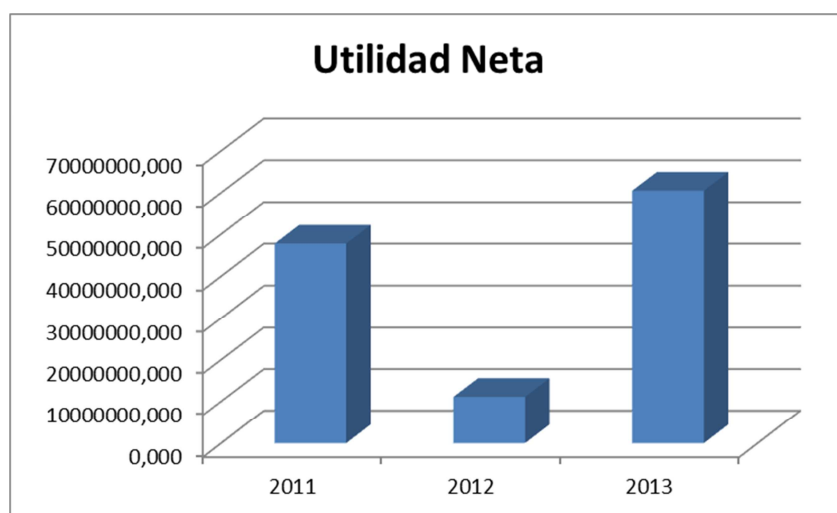
3.2.7 Utilidad Neta

Esta última y tan importante partida, nos muestra un resultado positivo en lo corrido de 2011 y 2012, y un resultado relativamente igual en promedio de los primeros 6 meses de 2013. Una de las cosas que se observa de este rubro, es la alta volatilidad que presenta en los resultados de los tres periodos estudiados, pues no muestran ningún tipo de tendencia o ningún tipo de comportamiento regular constante, que asegure que el negocio pueda no decaer en una posible crisis de ventas, o casos particulares que se puedan dar en cualquier mercado, y que destruyan valor al negocio o incluso lo lleve a la quiebra.

A pesar de la alta volatilidad que contienen estos 3 resultados, se puede observar que las ventas se mantienen relativamente constantes en el tiempo, lo que da a pensar que la fuerza de ventas está haciendo su papel o el mercado está respondiendo con buenos resultados a la empresa, pero lo que sí es preocupante, es que estos esfuerzos no se vean reflejados, sobretodo, en la utilidades del 2012, periodo donde no son muy buenos los resultados con respecto a resultados anteriores o posteriores inclusive. Por lo tanto, es importante saber qué proceso de la cadena de valor está reflejando estos bajos niveles de utilidad neta. Pero también traduce que la empresa sigue teniendo buena capacidad de ventas, incluso las sostiene y, por lo que va corrido del 2013 va por muy buen camino.

En términos porcentuales las ventas entre 2011 y 2012 disminuyeron a niveles de solo el 20%, para obtenerse en lo que va corrido del 2013 unas utilidades por encima del 500% respecto del 2012.

Utilidad Neta		
2011	2012	2013
47.770.391,61	11.127.786,00	60.522.024,000



Fuente: Realizada por el autor basado en datos de Distribuciones Acosta y Cía. S.A.S

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Desde el punto de vista de la liquidez general de la empresa, podemos determinar que se mantiene en niveles más óptimos respecto de 2011 sobretodo, cuando poseían demasiado nivel de liquidez como para responder por sus compromisos a corto plazo. Pues pone en circulación mucho más el dinero y se apalanca un poco con bancos.

Sobre el capital de trabajo podemos observar un comportamiento regular durante los 3 periodos analizados. Es una empresa donde impera la cantidad y variedad de productos en grandes cantidades, pues es su deber abastecer a todos a quienes proveen y no terminar ofreciendo un mal servicio por culpa de algún faltante. De todas formas es conveniente analizar aquellos productos de baja rotación que impiden que sean convertidos en caja rápidamente. Además, si pretende vender a plazos e incrementar el nivel de las cuentas por pagar por ganar compradores o establecer buenas relaciones con los clientes, es su deber mantener propicios niveles de capital de trabajo.

La rentabilidad de la empresa ha aumentado con respecto al último año, pues la utilidad de 2012 no fue la mejor, pero el comportamiento hasta ahora de las ventas y de los mismos costos es favorable, por tanto se espera que la rentabilidad y la generación de valor sean mucho más altas al final de este 2013, esto deberá llevarse a cabo bajo medidas de planificación de los gastos y proyecciones de presupuesto bien estructurados, que bien le hacen falta a una compañía como estas, que se basa principalmente de 2 estados del balance para cumplir básicamente con las normas que lo rigen, pero que no toman en cuenta que mientras más análisis, control y manejo de estos estados se tenga en la empresa, mejor será la gestión.

El comportamiento de las ventas se ha sostenido en el tiempo, los resultados obtenidos han sido positivos pero dependerá más del buen comportamiento y manejo de los costos operacionales los que no ha dejado visualizar un crecimiento

constante, así que es recomendable observar detalladamente aquellas cuentas de costos y gastos que no dejan que se genere una rentabilidad continua y creciente. Una de las cuentas más importantes por analizar, que hace parte de los gastos no operacionales es la cuenta de Gastos Diversos, pues a pesar de que la empresa mejora su responsabilidad con bancos, esta cuenta de diversos es creciente y no explica que tipo de gastos se están dirigiendo a sumar a esta cuenta.

Es importante que la empresa y sus directivos reconozcan la necesidad de aplicar conocimientos técnicos y especializados en un entorno cada vez más competitivo en el cual se encuentra. Es su deber por tanto, que utilice herramientas administrativo financieras que le permitan permanecer en el mercado en el tiempo y cumpla con los requisitos y visualice las necesidades que la demanda les exige.

A la empresa en general se le recomienda aplicar modelos de administración de alta gerencia, implementar modelos de planificación financiera (para el problema de gastos por ejemplo) para que pueda incrementar su rentabilidad en el corto plazo. Modelos que le permitan a la Distribuidora proyectarse y manejar los recursos de forma óptima, como el flujo de efectivo, que le permita evaluar e identificar de forma precisa los usos y aplicaciones del efectivo en cualquier periodo y además determinar cuales deberán ser las políticas financieras que le permitan tomar mejores decisiones, obtener mejores rentabilidades y proyectarse en el largo plazo.

En el estado de competencia actual, se hace imprescindible trabajar con técnicas administrativas del nuevo Management. La educación y la capacitación como fuentes primarias dirigidas al aprendizaje de nuevas tareas y adquisición de nuevos conocimientos que incrementen la productividad y generen más riqueza. La Distribuidora, no cuenta con procesos de mejora continua ni de capacitación, que asocien un comportamiento creativo y de aprendizaje, pues la educación enriquece abundantemente la capacidad de seguir creciendo a cualquier edad. El desarrollo de habilidades administrativas superiores es una búsqueda para toda la vida útil de cualquier empresa.

El servicio al cliente, visto este como uno de los pilares fundamentales de cualquier empresa que los atiende, se presenta como una alternativa factible de crecimiento en la cartera de clientes, que busca siempre la satisfacción total del mismo, buscando siempre que la relación con este sea de largo plazo y que cumpla con todos los requerimientos que estos exigen, incluso, superarlos. A la Distribuidora le hace falta trabajar modelos de mercadotecnia que impulsen el crecimiento en ventas, mejorar la publicidad en el punto de venta y hacerse más visibles y reconocidos en el sector donde se encuentran, puesto que existen decenas de competidores a sus alrededores que puedan estar haciendo bien la tarea, donde es posible que puedan estar jalonando los mismos clientes que la distribuidora atiende. Por tanto, es recomendable que la empresa cambie el estado de su cultura organizacional, para buscar algún tipo de diferenciación que le permita generar mayores niveles de valor agregado a la empresa y a los mismos clientes. Con todo esto, la empresa deberá enfocarse hacia un tipo de liderazgo gerencial que desarrolle todas esas habilidades gerenciales que mejorarán el estado de la toma de decisiones, incrementar la creatividad en cada uno de los que la practican y conllevará a un mejor servicio al cliente y manejo de un CRM (Customer Relationship Management) apropiado, como modelo de alta gerencia en estos tiempos de alta competitividad. Esto mejorará además, las relaciones humanas dentro de la empresa que mejoran los ambientes laborales y hace que las personas se sientan cada vez más conformes dentro de la misma y reflejen mayor satisfacción y mejoren la productividad.

BIBLIOGRAFÍA

- Dumrauf, Guillermo L. (2006). Finanzas Corporativas. Alfaomega. pág. 54-57.
- Estados Financieros de 2011 al 31 de Diciembre de 2013. Distribuidora.
- Estupiñan Gaitán, Rodrigo; Estupiñan Gaitán, Orlando. (2006). Análisis financiero y de gestión. (2ª ed.). Eco ediciones.
- García Oscar León. (1999). Administración Financiera (3ª. ed.). Cali: Prensa Moderna Editores
- Gordon, Judith. (1997). Comportamiento Organizacional. México. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.
- Higgins, Robert C. (2004). Análisis para la Dirección Financiera (7ª ed.). Mc Graw Hill.
- *Jaime Flores*. (2008). Estados Financieros. Entre líneas.
- *Leopold A. Bernstein*. (2007). Análisis de Estados Financieros Teoría, Aplicación e Interpretación. McGraw Hill.
- Mello, de Faria. (2001). Desarrollo Organizacional. Enfoque integral. México D.F. Editorial Limusa.
- Ortiz Anaya, Héctor. (2003). Finanzas Básicas para no Financieros. Bogotá. Thomson Learning Inc.
- Rodríguez M., Darío. (1999). Diagnostico Organizacional (3ª. Ed.). Editorial Alfa Omega grupo Editor S.A.
- Rodríguez V. Joaquín. (2002). Administración de Pequeñas y Medianas Empresas /5ª. Ed.). Cengage Learning Editores.
- Weston, J. Fred. (1990). Fundamentos de Administración Financiera (7ª. Ed.). Mc Graw Hill.

CIBERGRAFÍA

- Facultad de Contaduría. Universidad Libre. Gerencia y Gestión. El Control Financiero. [en línea]. Disponible en: www.geocities.ws/paconta/geren/cap6104.htm#6.10.4 INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO. (Consultado julio 21 de 2013).
- <http://www.gerencie.com/analisis-de-estados-financieros.html> (Consultado julio 21 de 2013).
- <http://www.gerencie.com/analisis-horizontal.html> (Consultado agosto 5 de 2013).
- <http://www.gerencie.com/analisis-vertical.html> (Consultado agosto 5 de 2013).
- Oscar León García. (2003). Valoración de empresas, Gerencia del Valor y EVA. [En línea] <http://dofamatrix.blogspot.com/> (Consultado septiembre 19 de 2013)