

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



“Propuesta de un Plan Financiero y su influencia en el crecimiento sostenible en la Empresa Glamour Salón y Spa de la ciudad de Trujillo”

Tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público

AUTORAS:

- ❖ Lazo Balmaceda, Coyre Deba
- ❖ Moreno Henríquez, Sibelly Melissa

ASESOR:

- ❖ Alpaca Salvador , Hugo Antonio

Trujillo -2013

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento a lo dispuesto en el Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Académico Profesional de Contabilidad de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, sometemos a vuestra consideración el trabajo titulado: **PROPUESTA DE UN PLAN FINANCIERO PARA EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE DE LA EMPRESA GLAMOUR SALON Y SPA DE LA CIUDAD DE TRUJILLO**, con la finalidad de obtener el Título Profesional de Contador Público.

El desarrollo de esta investigación, se ha realizado en base a conocimientos adquiridos en la formación universitaria, consultas bibliográficas, entrevistas a profesionales e información obtenida al respecto.

Es oportuno presentar, nuestro sincero reconocimiento a los señores profesores de la Facultad de Ciencias Económicas, por su aporte valioso en nuestra formación, y a aquellas personas que colaboraron en la culminación de este objetivo.

Trujillo, Octubre del 2013

Br. Lazo Balmaceda, Coyre Deba

Br. Moreno Henríquez, Sibelly

DEDICATORIA

A mi Madre, Cecilia Balmaceda Bayona, por estar siempre a mi lado dándome la oportunidad de realizarme como persona y como profesional.

A mi Padre, Olegario Lazo Melgar, que siempre me ilumina y guía mis pasos día a día para llegar a mi meta.

A mi Hermana, Delia Lazo Balmaceda, por apoyarme en los momentos difíciles y por sus consejos para realizarme como profesional.

A mis maestros y a mi asesor Ms. Hugo Alpaca, por su motivación ya que él con su experiencia personal y profesional me ayudo a culminar esta meta.

A mis amigos, por su apoyo en nuestra formación profesional.

Br. Lazo Balmaceda, Coyre Deba

A Dios, por la salud y por ser mi fortaleza espiritual para luchar contra las adversidades e iluminar mi camino.

A mis padres, Mery Henríquez Hilares y Cristino Moreno Aguilera, quienes con dedicación y esmero, me llevaron por caminos de bien, apoyándome en todo momento para alcanzar lo que me he propuesto, y hoy me place sentirlos parte importante de este triunfo.

A mi hermano, Ramiro Moreno Henríquez, por estar conmigo y apoyarme en los buenos y en los no tan buenos momentos.

A mis maestros y a mi asesor Ms. Hugo Alpaca, por su motivación ya que gracias a él con su experiencia personal y profesional alcanzo ésta meta. Por su apoyo incondicional y gracias por su tiempo compartido.

A mis amigos, por su apoyo en nuestra formación profesional.

Br. Moreno Henríquez, Sibelly Melissa.

AGRADECIMIENTO

Nuestro profundo agradecimiento:

A Dios, quien guía nuestros pasos por el camino del bien y nos da fuerzas para seguir adelante en la culminación de nuestros más grandes anhelos.

A nuestros padres, por ser el apoyo más grande durante nuestra educación, ya que sin ellos no hubiésemos logrado nuestras metas y sueños.

A nuestros maestros, quienes compartieron sus conocimientos durante nuestra educación, por su tiempo, dedicación y por su pasión por la actividad docente.

A nuestro asesor, Ms. Hugo Alpaca, por brindar y dedicar parte de su tiempo al seguimiento de esta tesis de manera desinteresada, y también por compartir sus conocimientos y experiencias con nosotros.

Asimismo, a los dueños de la empresa GLAMOUR SALON Y SPA de la ciudad de Trujillo, quienes colaboraron con la recopilación de información para el presente proyecto de investigación. Gracias a ellos por su tiempo y comprensión.

Las Autoras

RESUMEN

El presente trabajo de investigación lo hemos realizado con el propósito de proponer un Plan Financiero para lograr el crecimiento sostenible de la empresa Glamour SALÓN Y SPA de la ciudad de Trujillo.

En base a este estudio se determinó la confirmación de nuestra hipótesis, la propuesta de un Plan Financiero incide positivamente en el crecimiento sostenible de la empresa debido a que éste orienta la generación de rentabilidad en el periodo de tiempo propuesto; así mismo, ayuda a tomar decisiones acertadas, y a evaluar la funcionabilidad de cada uno de los procesos.

A través de un diagnóstico del Estado Situacional de la Empresa, se llegó a determinar que la dificultad más significativa que tiene es la poca demanda de sus servicios. Esta ha sido la causa principal por la cual la rentabilidad y la productividad causaron problemas en la gestión financiera y económica en los últimos periodos. Por este motivo se implementa un nuevo servicio, Suite De Novia.

En el Capítulo V Análisis Financiero, se realizó el análisis vertical y horizontal de los Estados Financieros. Así mismo se aplicaron ratios de liquidez, de rentabilidad, de endeudamiento y de rotación. Se efectuó un análisis económico aplicando indicadores como el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno.

Para hacer posible esta investigación hemos realizado entrevistas, encuestas y análisis documentario dentro de la empresa. Así mismo hemos analizado y evaluado los Estados Financieros para determinar las principales deficiencias e inconvenientes de la empresa, después de proponer el servicio antes mencionado se obtiene una alta rentabilidad lo cual es demostrado en el desarrollo de esta investigación.

ABSTRACT

The present investigation work has carried out it with the purpose of proposing a Financial Plan to achieve the sustainable growth of the company Glamour LIVING ROOM AND SPA of Trujillo's city.

Based on this study the confirmation of our hypothesis was determined that the proposal of a Financial Plan impacts positively in the sustainable growth of the company because, this guides the generation of profitability in the period of proposed time; likewise, he/she helps to make guessed right decisions, and to evaluate the efficiency of each one of the processes.

Through a diagnose of the Situational State of the Company, you ended up determining that the most significant difficulty that has is the little demand of its services. This has been the main cause for which the profitability and the productivity caused problems in the financial and economic administration in the last periods. For this reason a new service, Suite of Girlfriend, is implemented to assist an unsatisfied necessity.

In the I Surrender V Financial Analysis, was carried out the vertical and horizontal analysis of the States Financiers. Likewise indicators of liquidity were applied, of profitability, of indebtedness and of rotation. An economic analysis was made applying indicators as the Net Current Value and the Internal Rate of Return.

To make possible this investigation has carried out interviews, surveys and documental analysis inside the company. Likewise we have analyzed and evaluated the States Financiers to determine the main deficiencies and inconveniences of the company, after proposing the service before mentioned a high profitability that is obtained which is demonstrated in the development of this investigation.

ÍNDICE

CARÁTULA	i
PRESENTACIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE.....	viii
CAPÍTULO I	
1.1 Formulación del Problema.....	02
1.1.1 Realidad Problemática	02
1.1.2 Enunciado del Problema	03
1.1.3 Antecedentes del Problema	03
1.1.4 Justificación.....	06
1.2 Hipótesis.....	07
1.3 Objetivos	07
1.3.1 Objetivo General.....	07
1.3.2 Objetivos Específicos.....	07

CAPÍTULO II

2.1. Marco Teórico	10
2.2. Marco Conceptual	25

CAPÍTULO III

MATERIALES Y PROCEDIMIENTOS

3.1.1 Material	30
3.1.1.1 Población	30
3.1.1.2 Marco de muestreo	30
3.1.1.3 Muestra	30
3.1.2 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
3.1.3. Procedimientos	31
3.1.3.1. Diseño de contrastación	31
3.1.3.2. Análisis de variables	32
3.1.2.3. Procesamiento y análisis de datos	32

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS SITUACIONAL

4.1. Análisis Situacional del Sector	35
4.2. Situación General de la Empresa	36
4.3. Análisis de la Entrevista	47

4.4. Análisis de la entrevista suite de novia	49
---	----

CAPÍTULO V

ANÁLISIS FINANCIERO

5.1. Análisis horizontal del balance general	52
5.2. Análisis vertical del balance general	62
5.3. Análisis horizontal del estado de resultado	67
5.4. Análisis vertical del estado de resultado	71
5.5. Análisis de ratios	73

CAPÍTULO VI

PROPUESTA DEL PLAN FINANCIERO

6.1. Inversiones	81
6.2. Demanda	82
6.3. Estructura del financiamiento	83
6.4. Estados financieros proyectados	83
6.4.1. Flujo de efectivo Suite de Novia	83
6.4.2. Variaciones del plan financiero considerando el servicio de Suite de Novia	86
6.4.3. Flujo de efectivo proyectado sin considerar Suite de Novia	87
6.4.4. Comportamiento del índice de evaluación del proyecto de inversión	89
6.4.5. Elaboración de la propuesta de un plan financiero para Glamour Salón y Spa de la ciudad de Trujillo	89

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 .CONCLUSIONE	93
7.2. RECOMENDACIONES.....	95
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97
ANEXOS	101

LISTA DE CUADROS

Cuadro 01: Análisis de variables	32
Cuadro 02: Servicios ofrecidos.....	43
Cuadro 03: Inversiones	82
Cuadro 04: Demanda.....	83
Cuadro 05: Estructura del financiamiento.....	83
Cuadro 06: Flujo de efectivo suite de novia	84
Cuadro 07: Flujo de efectivo proyectado con el servicio de suite de novia	86
Cuadro 08: Flujo de efectivo proyectado sin el servicio de suite de novia.....	87
Cuadro 09: VAN-TIR	89

LISTA DE GRAFICOS

Gráfico 01: ¿Financia su inversión con capital propia o de terceros?	48
Gráfico 02: ¿Qué servicio adicional te gustaría ofrezca Glamour Salón y Spa?	48
Gráfico 03: De ser necesario adquirirías el servicio.	49
Gráfico 04: Análisis Horizontal del Estado de Situación Financiera.	52
Gráfico 05: Activo Corriente	54
Gráfico 06: Total Depreciación y Amortización.....	56
Gráfico 07: Total Activo.....	57
Gráfico 08: Total Pasivo.....	59
Gráfico 09: Total Pasivo y Patrimonio.....	61
Gráfico 10: Análisis Vertical del Estado de Situación Financiera.	62
Gráfico 11: Análisis Horizontal del Estado de Resultados Integrales.....	67
Gráfico 12: Costo de Venta.....	68
Gráfico 13: Utilidad Operativa.....	69
Gráfico 14: Utilidad Después de impuesto.....	70
Gráfico 15: Análisis Vertical del Estado del Resultados Integrales.	71
Gráfico 16: Ratios de Liquidez.	73
Gráfico 17: Ratios de Endeudamiento.	74

Gráfico 18: Ratios de Rentabilidad.	75
Gráfico 19: Ratios de Rotación.	76

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1. PLAN DE INVESTIGACIÓN

1.1 .FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

Actualmente, muchas empresas buscan la efectividad en su administración, pero solamente las grandes empresas transnacionales son las que planifican sus finanzas .Estas grandes transnacionales buscan por todos los medios una buena planificación financiera que les permita mirar el futuro y adaptarse a los grandes cambios económicos, y para ello contratan un equipo técnico de profesionales que propone nuevas ideas y estrategias para que la empresa se adapte a los cambios económicos tan drásticos como los que estamos viviendo ahora.

Cabe resaltar que sí el sistema financiero de cualquier país o empresa, por más pequeña que sea, no funciona adecuadamente, entonces conlleva a generar un malestar económico en las diferentes áreas y su destino final viene hacer la quiebra de dichas empresas.

Es así que GLAMOUR SALÓN Y SPA, no escapa a esta realidad , a pesar que compite con relativo éxito en el mercado del cuidado personal en la ciudad de Trujillo; sin embargo la referida empresa hoy por hoy siente la necesidad de contar con un plan financiero que le permita mirar a corto, mediano y largo plazo respecto de sus recursos financieros, en vista que en el actual modelo, solo se piensa en las operaciones del día a día, dejándose llevar por la intuición, no permitiendo medir técnicamente los resultados obtenidos. Además, la complejidad de su sistema financiero poco actualizado no permiten su crecimiento sostenible, y que tampoco tenga noción de cómo invertir sus recursos monetarios y saber controlar sus finanzas diarias ; en tanto que el planeamiento financiero permitirá conocer cuánto realmente es lo que genera como empresa, cuál es su rentabilidad y cuanto es su crecimiento en el transcurso de sus ejercicios económicos.

GLAMOUR SALÓN Y SPA, durante los últimos años ha presentado problemas relacionados con la administración del crecimiento de sus ingresos, puesto que no existen políticas y técnicas adecuadas para el manejo de los mismos. Su flujo de efectivo se ve

afectado diariamente debido a que la Empresa no mantiene un presupuesto de gastos para administrar de una manera adecuada sus recursos financieros.

La empresa durante el ejercicio económico 2012 presenta una disminución en sus ventas de S/.11 479.00, que representa una baja de 3.73% ello debido a la baja demanda de sus servicios, es por eso que se considera conveniente implementar una nueva estrategia para incrementar las ventas y generar rentabilidad. Es así que esta situación nos motiva a presentar la propuesta de crear un servicio adicional para contribuir al logro de sus metas y hacer una comparación entre el resultado de la implementación de esta propuesta y el resultado actual.

Estos resultados nos llevaron a concluir con la viabilidad de nuestro plan y de esta manera conseguir cumplir con los objetivos de la empresa.

1.1.2. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

¿De qué manera la aplicación de un Plan Financiero influye en el crecimiento sostenible de la Empresa GLAMOUR SALÓN Y SPA de la ciudad de Trujillo?

1.1.3. ANTECEDENTES

- a) En la Tesis titulada: “**Administración financiera competitiva con decisiones financieras y planes financieros efectivos**”, elaborada por Aguabarrena García, Carlo Magno en el año 2004, de la Universidad Católica de Chile , la cual fue presentada para optar el Grado de Magister. Se llegó a las siguientes conclusiones:
 - El autor realiza una descripción de las decisiones financieras que permiten tener una estructura adecuada o planes financieros adecuados de capital para disponer de los bienes y derechos que necesitan para cumplir con la misión institucional y de ese modo asegurar su continuidad en el mercado competitivo chileno.

- El presente plan financiero busca profesionalizar un sistema empírico y totalmente informal para el desarrollo sostenible de la empresa debido a que hay una competencia fuerte, la idea es lograr un crecimiento financiero sostenido en el corto y mediano plazo.
- En la elaboración del plan financiero, se incluyó el presupuesto anual y el proyecto de ahorro e inversión. El plan financiero a corto, mediano y largo plazo es muy importante para las futuras decisiones. Estos aspectos son la base para tomar decisiones en distintas empresas que trabajan en diferentes rubros.

b) En la Tesis titulada: **“Plan Financiero de la Sub Distribuidora Farmacéutica DIFABI”**, elaborada por Edison Aquiles Olivero Arias, en el año 2007 de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil Esta investigación tiene un diseño no experimental y de corte transversal, ello debido a que no se manipula ninguna de las variables y se va a demostrar el componente de estas tal como se muestra en el campo de la investigación; y de corte transversal, ya que se realizará en un periodo determinado de tiempo. En ella se llega a las siguientes conclusiones:

En el mercado farmacéutico ya no hay permisos para nuevas farmacias y en el sector suroeste hay farmacias pequeñas que irán cerrando por motivo de que las cadenas dan un mayor descuento, y hay que buscar la posibilidad de comprarlas. Solicitar al Banco un préstamo de \$ 30.000,00 para invertir en un sistema inteligente de negocios o un sistema financiero que nos permita tener todo tipo de información en tiempo real para mejorar la gestión, teniendo día a día los movimientos de ventas e inventarios de todos los puntos de ventas que nos permita solicitar los pedidos a los proveedores de acuerdo a lo que necesitan de una manera oportuna y realizar compras al contado con buenos márgenes de descuento y poder trasladárselos a los clientes para generar mayores ventas partiendo desde el plan financiero .

Implementar un consultorio médico para atender a todos los habitantes de sector y poner un laboratorio clínico ya que en el sector es escaso pero tratando de elaborar un plan financiero que nos permita ver el retorno de la inversión. Todo esto va a generar mayor flujo de fondos y de acuerdo al estudio y evaluación financiera realizado nos da como resultado un VAN positivo y una TIR superior a la requerida.

c) En la Tesis titulada: **“Plan de Financiamiento de Productos mediante el uso de tarjetas de crédito y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de Socios minoristas del mercado Santa Rosa del Distrito de Víctor Larco Herrera”**, elaborada por Carlos Marcial Abanto Rodríguez en el año 2009 para la Universidad Privada Del Norte. Se llega a las siguientes conclusiones:

- La empresa Socios minoristas del Mercado Santa Rosa ha disminuido sus ventas por no ofrecer al cliente un servicio complementario de ventas y de un plan financiero como es el de un sistema de créditos mediante el uso de tarjetas de crédito ,este factor es muy determinante, presentando variaciones en las ventas y en la rentabilidad de la empresa, la cual ha visto un proceso de crecimiento al comienzo para luego presentar deficiencia en los dos últimos periodos estamos hablando del 2006 al 2008 lo cual implica una disminución en la rentabilidad.
- Es beneficioso para la empresa presentar este plan de financiamiento de sus productos mediante el uso de tarjetas de crédito, ya que al estimar sus ventas en un plan financiero para el periodo 2009, esta empresa se ve beneficiada por aumentar sus ventas, lo que le permite aumentar su rentabilidad a pesar de incurrir en gastos por mantener dicho sistema de Crédito

d) En la Tesis titulada: **“Propuesta de un modelo de gestión financiera orientado a la sostenibilidad empresarial de las MYPES en el centro comercial el Boulevard, Trujillo 2011”**, elaborada por Cabel Nureña, Manuela Isabel de la Universidad Privada Cesar Vallejo, se llega a las siguientes conclusiones:

- Existe un elevado índice de empresas que quiebran, cierran o cambian de giro antes de cumplir un año de vida institucional, lo que evidencia la escasa o poca sostenibilidad empresarial, debido a la falta de gestión financiera para calificar la gestión financiera de los administradores y propietarios como muy eficiente o solamente eficiente.
- Se ha establecido que la gestión financiera orientada a la sostenibilidad debe presentar característica de atención al liderazgo de la gestión, una adecuada dirección, la vigencia y puesta en marcha de planes estratégicos financieros y de marketing, el ejercicio de políticas de marketing y ventas acorde a las exigencias de competitividad vigentes en el mercado de Trujillo.
- Se han formulado los lineamientos de un modelo de gestión financiera orientado a la sostenibilidad empresarial adecuado para las demandas y debilidades de los negocios y MYPES que operan en el Centro Comercial El Boulevard, el cual se propone como alternativa de solución a la poca sostenibilidad de dichos negocios.

1.1.4. JUSTIFICACIÓN

La elaboración de este trabajo de investigación tiene un fundamento teórico y utiliza métodos universales de investigación científica y aplicando las diferentes teorías financieras existentes, que permiten desarrollarlo con claridad.

Esta investigación es un fragmento y una guía de los amplios conceptos financieros, que puede ser utilizada por las personas que se encuentran en busca de referencia y modelo a usar y para quienes quieran proponer un plan financiero que influya en el desarrollo sostenible de cualquier empresa.

Además nuestra investigación ayuda a analizar cada uno de los elementos que intervienen para así lograr un mejor desempeño empresarial.

El resultado de la investigación es una respuesta y una alternativa de solución a los problemas financieros que pueden existir en las empresas de la ciudad de Trujillo, y permite sentar las bases para su desarrollo sostenible.

1.2. HIPÓTESIS

La aplicación de un Plan Financiero incide positivamente en el crecimiento sostenible de la Empresa Glamour Salón y Spa en la ciudad de Trujillo.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. GENERAL

Demostrar que la aplicación de la propuesta de un Plan Financiero incide positivamente en el crecimiento sostenible de la empresa GLAMOUR SALÓN Y SPA de la ciudad de Trujillo.

1.3.2. ESPECÍFICOS

- 1.** Identificar la Situación del Sector Empresarial en el cual se desarrolla la empresa GLAMOUR SALÓN Y SPA de la Ciudad de Trujillo.
- 2.** Analizar y evaluar los Estados Financieros de la empresa GLAMOUR SALÓN Y SPA de la Ciudad de Trujillo.
- 3.** Diseñar el Plan Financiero para la empresa GLAMOUR SALÓN Y SPA de la Ciudad de Trujillo.
- 4.** Realizar el diagnóstico de la situación financiera resultante de la aplicación del Plan propuesto de la empresa GLAMOUR SALÓN Y SPA de la Ciudad de Trujillo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. PLANIFICACIÓN FINANCIERA

Con la dinámica actual de mercado y los constantes cambios del ambiente competitivo, las empresas también precisan cambiar y es necesario planear rápidamente. Agilidad, presupuesto eficiente, uso y adaptación de las previsiones y un análisis son la clave para gerenciar el proceso de cambio, con la finalidad de lograr el desempeño planeado.

La Planificación Financiera permite, la identificación por parte de la empresa de necesidades, la posibilidad de expansión, la viabilidad de su presupuesto para el mercado, la evaluación de una posible implementación de nuevos proyectos y sus costos, y la planificación de reservas para inversiones futuras.

Otro aspecto importante del planeamiento financiero es la posibilidad de identificación de costos exagerados permitiendo al Gerente Financiero prever y ajustar tales gastos a la realidad de la empresa y del mercado.

Planeamiento

El planeamiento consiste en el establecimiento de objetivos y en la determinación de lo que deberá ser hecho y de qué forma esos objetivos serán logrados. En ese proceso el administrador utiliza informaciones referentes al pasado y al presente, o sea, los actos o medios en los cuales son elaboradas las previsiones que pueden ser hechas.

Según Hoji (2000, p.359) el planeamiento consiste en establecer, con anticipación, acciones que serían ejecutadas dentro de los escenarios y condiciones antes establecidas, estimándose los recursos que serían utilizados, y atribuyendo responsabilidades para lograr los objetivos fijados.

Esos objetivos solamente podrán ser logrados con un sistema de planeamiento adecuado y formalmente estructurado.

El Planeamiento Financiero establece el modo por lo cual los objetivos financieros pueden ser logrados. Un plan financiero es, por lo tanto, una declaración de lo que debe hacerse en el futuro. En una situación de incertidumbre, debe ser analizado con gran anticipación.

En la elaboración de un plan, es necesario adecuarse a la realidad económica en que la empresa vive. A corto plazo el plan financiero se preocupa principalmente por el análisis de decisiones que afectan los activos y pasivos circulantes. La ausencia de planeamiento financiero eficaz a largo plazo es una razón a menudo citada en la ocurrencia de dificultades financieras y falencia de empresas. El plan financiero permite determinar el tipo y la naturaleza de las necesidades de financiamiento.

El suceso de la operación, del desempeño y de la viabilidad a largo plazo de cualquier negocio depende de una secuencia continua de decisiones individuales y colectivas tomadas por el equipo gerencial. Cada una de esas decisiones, en última instancia, ocasiona un impacto económico, para mejorar o empeorar el negocio. El planeamiento financiero, a través de sus métodos, formaliza el procedimiento por lo cual las metas financieras deben ser logradas, integrando las decisiones de inversiones y financiamientos en un único plan de la empresa. Ventajas de la utilización de planes financieros De acuerdo con Gitman (Onceava Edición del Libro “Principios de Administración Financiera 2011, p. 608) los planes financieros a largo plazo (estratégicos) sirven como guía en la preparación de los planes financieros a corto plazo (operacionales) (...)

Los planes financieros a corto plazo son visualizados en un período de uno a dos años, ya los planes a largo plazo van de dos a diez años. Naturalmente que esos períodos cambian de acuerdo con la actividad y los intereses de la organización.

Ya Ross et al. (1995) afirman que el planeamiento financiero debe incluir algunas directrices, como la identificación de las metas financieras de la empresa, y un análisis de las diferencias entre esas metas y la situación financiera corriente de la empresa, y un enunciado de las acciones necesarias para que la empresa logre sus metas financieras. Con esa línea de pensamiento, se observa que debe ser hecho, inicialmente un análisis de las opciones de financiamiento e inversión que la empresa dispone, así como una evaluación de desempeño con relación a los objetivos establecidos en el inicio del plan financiero. En

la implementación del plan es fundamental un itinerario y ajustes de las proyecciones, en función de las variaciones del ambiente interno y externo de la organización.

Según Brealy y Muers (1998), hay dos factores relacionados al proceso de planeamiento financiero que por sí solos ya poseen gran importancia para las organizaciones: primero el factor de que el planeamiento impone a los gestores proyectar los efectos conjugados de todas las decisiones, de inversiones y financiamientos de las empresas y según la necesidad de reflexionar sobre los posibles acontecimientos que podrán afectar, directa o indirectamente, la empresa, así como la formulación de estrategias y alternativas para combatir posibles dificultades o de aprovechar nuevas oportunidades.

Condiciones mínimas para la elaboración del Planeamiento Financiero

A continuación se fundamentan las tres condiciones mínimas para la elaboración del Planeamiento Financiero:

a) Estructura de organización definida

Debe existir nivel jerárquico, interdependencia de las áreas, líneas de comunicación ascendente y descendente, delegación de responsabilidades.

b) Fijación de objetivos en la empresa

Además de los objetivos específicos que cada empresa anhela, existen otros objetivos generales, directos o indirectos, en el proceso de inversión, tales como tasa de retorno sobre inversión; participación de mercado; aumento de los lucros y disminución de los costos (captación de recursos).

Para Ross et al. (1995) existen algunas políticas financieras básicas sobre las cuales la empresa debe decidir para formar un planeamiento financiero, visando su crecimiento y su rentabilidad. Entre ellas están: las oportunidades de inversiones que se pretende aprovechar; el grado de endeudamiento que la empresa pretende adoptar; el monto de dinero que la empresa considera apropiado y necesario pagar a los accionistas.

Como los planes financieros envuelven conjuntos de hipótesis, es oportuno decir que se preparen planes alternativos, principalmente en el caso de planes a largo plazo.

Para iniciar una proyección financiera se debe intentar identificar una línea de tendencia para juzgar decisiones sobre el comportamiento futuro de las ventas, cobros sobre ventas, costos, gastos que impliquen una erogación de efectivo. Hecho eso se debe realizar un análisis riguroso sobre los probables cambios de en el mercado. Ese análisis, notoriamente, se basa en escenarios que, de alguna manera, pueden causar impacto en los resultados.

2.1.2. LOS ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros, también denominados estados contables, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica, financiera y los cambios que experimentan las mismas a una fecha o período determinado. Esta información resulta útil tanto para la Administración como para los entes reguladores y otros interesados entre ellos los accionistas y acreedores.

“El objetivo de los estados financieros es proveer información sobre el patrimonio del ente emisor a una fecha y su evolución económica y financiera en el período que abarcan, para facilitar la toma de decisiones económicas”. (Concha, C 2008)

Los Estados Financieros son los documentos que debe preparar la empresa al término de cada ejercicio contable, para dar a conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades de la empresa a lo largo de un período económico.

CLASIFICACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS BÁSICOS

- El Balance General o Estado de Situación Financiera
- El Estado de Resultados Integrales o de Ganancias y Pérdidas
- El Estado de Flujos de Efectivo.

2.1.3. BALANCE GENERAL

El Balance General presenta la situación financiera del ente económico a una fecha determinada. Este documento contable refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento determinado. Consta de tres componentes, el activo, el pasivo y el patrimonio. El activo muestra todos los bienes y derechos que posee el ente. El pasivo refleja las obligaciones o compromisos que tiene el ente a corto, mediano y largo plazo. El Patrimonio es la diferencia entre los activos y los pasivos de la empresa en una determinada fecha. Es decir, que el patrimonio neto consiste en la diferencia entre el activo y el pasivo, considerando por pasivo únicamente las obligaciones frente a terceros.

El Balance General cumple con dos propósitos fundamentales:

- Ofrecer información a usuarios externos del ente económico.
- Es la fuente de información a gerentes y demás ejecutivos de la organización para la toma de decisiones financieras.

El activo suele subdividirse en inmovilizado y activo circulante. El primero incluye los bienes muebles e inmuebles que constituyen la estructura física de la empresa, y el segundo la tesorería, los derechos de cobro y las mercaderías. En el pasivo se distingue pasivo a largo plazo y pasivo circulante. El pasivo a largo plazo lo constituyen las deudas a largo plazo y el pasivo circulante son capitales ajenos a corto plazo. Existen diversos tipos de balance según el momento y la finalidad. Es el estado básico demostrativo de la situación financiera de una empresa, a una fecha determinada, preparado de acuerdo con los principios básicos de contabilidad.

Refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada, a una fecha determinada y permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el patrimonio.

2.1.4. ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

Es un documento donde se informa detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable, además de mostrar el resultado de las operaciones de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación económica de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa.

Al igual que en el balance general, el estado de pérdidas y ganancias se considera como la herramienta financiera más útil para evaluar la gestión económica realizada por la empresa y sirve como orientador en la toma de decisiones. La presentación varía de acuerdo a la actividad económica de la empresa.

El Estado de Pérdidas y Ganancias resume las transacciones de los ingresos y gastos que tienen lugar en un período, con el objetivo de determinar la ganancia o pérdida que el negocio obtuvo en las actividades de su línea de explotación.

La presentación de las partidas en el estado de resultados se inicia con los ingresos provenientes de la venta de los bienes o servicios, de los cuales se deducen los costos y gastos de administración y ventas, obteniéndose la utilidad o pérdida operativa.

Adicionalmente, en el Estado de Pérdidas y Ganancias se presentan ingresos y gastos de naturaleza diferente a las que son del giro del negocio; los que se conocen como otros ingresos y gastos. Si a la utilidad de operación se le adicionan los otros ingresos y se le deducen los otros gastos, se obtiene la utilidad neta del período.

Finalmente de esta última utilidad deben estimarse los respectivos impuestos, para obtener la utilidad después de impuestos.

Algunas cuentas del estado de resultados son:

- **Ingresos:** Incremento patrimonial originado por la prestación de un servicio o la venta de un producto, relacionados con el giro del negocio.

- **Gastos:** Expensas necesarias para producir los ingresos, relacionados también con las operaciones de la empresa.
- **Costo de Ventas:** Representa el costo de los productos terminados y vendidos en una empresa industrial y el costo de mercaderías vendidas en una empresa comercial.

2.1.5. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

El Estado de Flujo de Efectivo permite identificar el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. Permite analizar todas las actividades que inciden en los cambios del nivel efectivo.

El objetivo del Estado de Flujo de Efectivo es presentar información pertinente y concisa, de las entradas y salidas de efectivo de un ente económico, durante un periodo determinado; así se puede establecer la capacidad de la empresa para generar flujos futuros de efectivo. Se puede evaluar la capacidad para cumplir con sus obligaciones, determinar el financiamiento interno y externo, analizar los cambios presentados en el efectivo, y establecer las diferencias entre la utilidad neta y los ingresos y egresos. Para efectuar un análisis adecuado, se debe encontrar claramente las variaciones del efectivo en un periodo determinado debido a la influencia de las actividades de:

- **Operación:** Ocasiona efectos en los resultados de la empresa y se relacionan con la producción y generación de bienes y con la prestación de servicios.
- **Inversión:** Incluyen el otorgamiento y cobro de préstamos, la adquisición y venta de inversiones y todas las operaciones consideradas como no operacionales
- **Financiamiento:** Estas actividades se refieren a la obtención de recursos de los propietarios o terceros y el reembolso de rendimientos.

El flujo de efectivo demuestra la liquidez de la empresa y la capacidad para cumplir con todas las obligaciones en ese momento. Las empresas deben disponer efectivamente las entradas y salidas de efectivo con el fin de mantener una situación regular ante la Administración.

2.1.6. RATIOS FINANCIEROS

Teniendo en cuenta la necesidad de la existencia de calidad de los valores se recurren a los ratios financieros, éstos constituyen una forma sistemática de examinar, desde el punto de vista financiero a la empresa y su funcionamiento. Estos indicadores calculados a partir de los valores obtenidos en los estados contables (Balances, Estados de Resultados y otros) sirven para medir la liquidez, la solvencia y la rentabilidad de las empresas. El análisis e interpretación de varias razones debe permitir a analistas expertos y capaces tener un mejor conocimiento de la situación y desempeño financieros de la empresa que el que podrían obtener mediante el análisis aislado de los datos financieros.

El análisis de las razones financieras involucra dos tipos de comparaciones. En primer lugar, el analista puede comparar una razón presente con las razones pasadas y futuras esperadas para la misma compañía. La razón circulante (razón de activo circulante o pasivo circulante) para el final del año actual podría ser comparada con la razón circulante del final del año anterior. Cuando las razones financieras correspondientes a varios años se presentan en una hoja de cálculo, el analista puede estudiar la forma en que se da el cambio y determinar si ha habido una mejoría o un empeoramiento en las condiciones y desempeño financieros a través del tiempo. Las razones financieras pueden ser calculadas para proyecciones, estados proforma y comparadas con las razones presentes y pasadas. En las comparaciones a través del tiempo, lo mejor es comparar no solo las razones financieras sino también las cifras absolutas.

OBJETIVOS DEL MÉTODO DE RATIOS FINANCIEROS

Los ratios financieros tienen por objetivo facilitar la interpretación de los estados financieros y traducir esta información proporcionada en índices y porcentajes, que permitan desarrollar una aproximación relativa de la información financiera de la empresa, con el propósito de que sirva de base para el diagnóstico financiero. Es decir, presentar un "Cuadro Resumido" de los indicadores financieros que sean capaces de revelar algunas tendencias y apoyar el análisis efectuado vía masas financieras, de manera que permitan un juicio de valor rápido

TIPOS DE RAZONES

Las razones financieras pueden agruparse en cuatro tipos; de liquidez, deuda, rotación y rentabilidad

RAZONES DE LIQUIDEZ

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, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. Facilitan examinar la situación financiera de la compañía frente a otras, en este caso los ratios se limitan al análisis del activo y pasivo corriente.

Una buena imagen y posición frente a los intermediarios financieros requiere: mantener un nivel de capital de trabajo suficiente para llevar a cabo las operaciones que sean necesarias para generar un excedente, que permita a la empresa continuar normalmente con su actividad y que produzca el dinero suficiente para cubrir las necesidades de los gastos financieros que le demande su estructura de endeudamiento en el corto plazo. Estos ratios son cuatro:

RATIO DE LIQUIDEZ GENERAL O RAZÓN CORRIENTE

El ratio de liquidez general lo obtenemos dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente. El activo corriente incluye básicamente las cuentas de efectivo y equivalente de efectivo, cuentas y letras por cobrar, valores de fácil negociación y existencias. Este ratio es la principal medida de liquidez, muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas.

$$\text{Liquidez General} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \text{Veces}$$

RATIO PRUEBA ÁCIDA

Este indicador nos dice que al descartar del activo corriente cuentas que no son fácilmente realizables, proporciona una medida más exigente de la capacidad de pago de una empresa en el corto plazo. Es algo más severa que la anterior y es calculada restando el inventario de existencias del activo corriente y dividiendo esta diferencia entre el pasivo corriente. Los inventarios son excluidos del análisis porque son los activos menos líquidos y los más sujetos a pérdidas en caso de quiebra.

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Existencias}}{\text{Pasivo Corriente}} = \text{Veces}$$

RATIO DE LIQUIDEZ ABSOLUTA O RATIO DE EFECTIVIDAD O PRUEBA SUPERÁCIDA

Permite medir la capacidad efectiva de la empresa en el corto plazo. Considera únicamente los activos mantenidos en efectivo y equivalente de efectivo y los valores negociables; descartando la influencia de la variable tiempo y la incertidumbre de los precios de las demás cuentas del activo corriente. Nos indica la capacidad de la empresa para operar con sus activos más líquidos, sin recurrir a sus flujos de venta. Calculamos este ratio dividiendo el total de los saldos de efectivo y equivalente de efectivo entre el pasivo corriente.

$$\text{Liquidez Absoluta} = \frac{\text{Efectivo y Equivalente de Efectivo}}{\text{Pasivo Corriente}} = \%$$

RATIO CAPITAL DE TRABAJO

Es utilizado con frecuencia, vamos a definirla como una relación entre los Activos Corrientes y los Pasivos Corrientes; no es una razón definida en términos de un rubro

dividido entre otro. El Capital de Trabajo, es lo que le queda a la firma después de pagar sus deudas inmediatas, es la diferencia entre los Activos Corrientes menos Pasivos Corrientes; algo así como el dinero que le queda para poder operar en el día a día.

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

ROTACIÓN DE LOS INVENTARIOS

A través de este ratio se 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 cuántas veces se repone.

Período de la inmovilización de inventarios o rotación anual:

El número de días que permanecen inmovilizados o el número de veces que rotan los inventarios en el año. Para convertir el número de días en número de veces que la inversión mantenida en productos terminados va al mercado, dividimos entre 360 días que tiene un año.

Período de inmovilización de inventarios:

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Inventario} \times 360}{\text{Costo de Ventas}} = \text{dias}$$

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventario}} = \text{veces}$$

PERÍODO PROMEDIO DE PAGO A PROVEEDORES

Este es otro indicador que permite obtener indicios del comportamiento del capital de trabajo. Mide específicamente el número de días que tarda en pagar los créditos que los proveedores le han otorgado.

Una práctica usual es buscar que el número de días de pago sea mayor, aunque debe tenerse cuidado de no afectar su imagen con sus proveedores de materia prima.

En épocas inflacionarias debe descargarse parte de la pérdida de poder adquisitivo del dinero en los proveedores, comprándoles a crédito.

Período de pagos o rotación anual:

En forma similar a los ratios anteriores, este índice puede ser calculado como días promedio o rotaciones al año para pagar las deudas.

$$\text{Per. Pago Proveedores} = \frac{\text{Cuentas por Pagar} \times 360}{\text{Compras al Crédito}} = \text{días}$$

ANÁLISIS DE SOLVENCIA, ENDEUDAMIENTO O APALANCAMIENTO

Estos ratios, muestran la cantidad de recursos que son obtenidos de terceros para el negocio. Expresan el respaldo que posee la empresa frente a sus deudas totales. Dan una idea de la autonomía financiera de la misma. Combinan las deudas de corto y largo plazo.

Permiten conocer qué tan estable es la empresa en términos de la composición de los pasivos y su peso relativo con el capital y el patrimonio. Miden también el riesgo que corre quién ofrece financiación adicional a una empresa y determinan igualmente, quién ha aportado los fondos invertidos en los activos. Muestra el porcentaje de fondos totales aportados por el dueño(s) o los acreedores ya sea a corto o mediano plazo.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}} = \%$$

ESTRUCTURA DEL CAPITAL

Vamos a definirlo como el ratio que muestra el grado de endeudamiento con relación al patrimonio. Este ratio evalúa el impacto del pasivo total con relación al patrimonio.

Lo calculamos dividiendo el total del pasivo entre el valor del patrimonio:

$$\text{Estructura del Capital} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}} = \%$$

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

Expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relacionan directamente la capacidad de generar fondos en operaciones de corto plazo.

Miden la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial. Indicadores negativos expresan la etapa de crisis que la empresa está atravesando y que afectará toda su estructura al exigir mayores costos financieros o un mayor esfuerzo de los dueños para mantener el negocio.

Los indicadores de rentabilidad son muy variados, los más importantes y que estudiamos aquí son: la rentabilidad sobre el patrimonio, rentabilidad sobre activos totales y margen neto sobre ventas.

RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO

Esta razón lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista.

$$\text{Rendimiento sobre el Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = \%$$

RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN

Lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para establecer la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles. Es una medida de la rentabilidad del negocio como proyecto independiente de los accionistas.

$$\text{Rendimiento sobre la Inversión} = \frac{\text{Util. Neta}}{\text{Activo Total}} = \%$$

UTILIDAD SOBRE LAS VENTAS

Este ratio expresa la utilidad obtenida por la empresa, por cada UM de ventas. Lo obtenemos dividiendo la utilidad antes de intereses e impuesto entre el valor de las ventas.

$$\text{Utilidad sobre las Ventas} = \frac{\text{UAI}}{\text{Ventas}} = \%$$

2.1.7. CRECIMIENTO SOSTENIBLE

El potencial para desarrollar empresas sostenibles no suele aprovecharse por completo. Entre los obstáculos al desarrollo de las empresas se encuentran factores externos sobre los que las empresas puede que no tengan control; así como, factores internos relacionados con las capacidades y los conocimientos de los empresarios. Entre los principales obstáculos internos para las actividades y el crecimiento de las empresas pueden enumerarse la falta de competencias de gestión, la información limitada y los conocimientos de los mercados, la falta de sensibilización sobre el valor de los servicios de apoyo a las empresas, el uso de tecnologías obsoletas o la negligencia relativa a prácticas responsables en el lugar de trabajo que causan un bajo nivel de productividad. Aunque es importante abordar estos obstáculos internos para que las empresas crezcan, reviste la misma importancia el entorno externo en que estas operan. Un estudio reciente, desarrollado por Hawawini y Viallet (2007) muestra esta preocupación en las principales empresas. Crecer, vender más o posicionar la marca pierde todo sentido sino tiene un impacto financiero a largo plazo dentro de la empresa. Esto es precisamente la creación de valor. Cuando la gestión comercial y administrativa de la empresa tiene un impacto positivo a largo plazo dentro de la empresa se dice que se está creando valor.

Un mayor capital contable o un mayor nivel de rentabilidad hacen que la empresa valga más.

El crecimiento es uno de los grandes retos a los que se tiene que enfrentar todo país o empresa. Desde el punto de vista financiero, las empresas deben contar con la financiación adecuada para lograr este crecimiento con éxito. Siendo el Modelo de Crecimiento Sostenible una herramienta que contribuye a conseguirlo.

El crecimiento sostenible mide la relación entre el rendimiento y el capital invertido. Se entiende por rendimiento a las utilidades netas comparadas contra la inversión efectuada (ROE); es así, que por capital invertido se entiende al capital contable menos el dinero que se reinvierte en el negocio. Así pues, el crecimiento sostenible mide la capacidad para generar ganancias respecto a las inversiones hechas (o mantenidas) por los socios del negocio.

Alcanzar niveles adecuados de Crecimiento sostenible significa que los planes de expansión y crecimiento comercial se están llevando a cabo de una forma óptima y rentable.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

2.2.1. ANÁLISIS FINANCIERO

El Análisis Financiero se centra en el estudio de distintos ratios que miden el grado de solvencia o insolvencia de las empresas, permitiendo comprobar si la financiación por razón de su costo es correcta para mantener un desarrollo estable en condiciones de rentabilidad adecuada. (Tanaka, G. 2001).

2.2.2. ANÁLISIS HORIZONTAL

El Análisis Horizontal “consiste en la comparación de una partida de un estado financiero con la misma partida pero de diferente periodo. Comparación de la posición financiera y el rendimiento de la empresa a lo largo del tiempo midiendo las tasas de variación anual y/o análisis de tendencia. (Rafael & Phi Salazar 2004).

2.2.3. ANÁLISIS VERTICAL

El Análisis Vertical “refleja la proporción de una cuenta respecto a otra del estado financiero analizado. Es la comparación de la posición financiera y el rendimiento de una empresa con una cantidad base. (Alcaraz, E; Hughes, B y Mateo, J 2012).

2.2.4. BALANCE GENERAL

El Balance General es uno de los estados financieros que representan a una fecha determinada los bienes y derechos (activos), así como las obligaciones compromisos, deudas (pasivo) y patrimonio, para determinar la situación económica y financiera de una empresa.(Sanz, C 2002).

2.2.5. CRECIMIENTO SOSTENIBLE

El crecimiento sostenible “mide la capacidad para generar ganancias respecto a las inversiones hechas (o mantenidas) por los socios del negocio. La tasa de crecimiento sostenible es la tasa de crecimiento potencial máxima; se calcula en base al ROE actual. Viallet (2007).

2.2.6. ENDEUDAMIENTO

Este cociente relaciona las deudas totales de la entidad con los recursos propios netos y es el inverso al de autonomía financiera.

La tasa de endeudamiento es elevada en colectivos que acuden mayoritariamente a fuentes externas de financiación de las inversiones. (Marcuse, R 2009).

2.2.7. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Muestra los flujos de efectivo del período, es decir, las entradas y salidas de efectivo por actividades de operación, inversión y financiamiento. Es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación.

Un Estado de Flujos de Efectivo es de tipo financiero y muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final. (Gitman, L J. 2007).

2.2.8. ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

El Estado de Resultados Integrales es un informe financiero que demuestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias o pérdidas que la empresa obtuvo. Es el estado financiero que muestra la utilidad o pérdida obtenida en las operaciones practicadas por una empresa en un período determinado. Dicho de otra manera, es el documento que muestra de forma ordenada y sistemática los ingresos y egresos de una entidad en un período cualquiera, obtenidos como consecuencia de las

operaciones realizadas por ella, y mostrando al final del mismo, el efecto positivo (utilidad) o negativo (pérdida) de aquellas. (Horngren & Sundem, 2000).

2.2.9. LIQUIDEZ

La liquidez relaciona en términos porcentuales el activo circulante, es decir, el activo disponible más el realizable y las existencias, y el pasivo circulante o financiación a corto plazo. El cociente informa del valor de los bienes a los que la firma puede recurrir para hacer frente a sus deudas a corto plazo. (Alcaraz, E; Hughes, B y Mateo, J. 2012).

2.2.10. PLAN FINANCIERO

Es un documento que describe por escrito, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. Este documento generalmente se apoya en documentos adicionales como el estudio de mercado, técnico, financiero y de organización. Permite tener una versión cuantificada de su negocio, trazar objetivos, encontrar la manera más adecuada de llevar lo planeado a la realidad y generar credibilidad ante los inversionistas. (David, G.2007).

2.2.11. RATIOS

Los ratios vienen a ser una relación por cociente, expresada en tanto por uno o tanto por ciento, entre el valor de dos cuentas o agregados de cuentas de cualquier estado financiero o estado contable. Son indicadores calculados a partir de los valores obtenidos en los estados contables (Balances, Estados de Resultados y otros) y sirven para medir la liquidez, la solvencia y la rentabilidad de las empresas. Teniendo en cuenta la necesidad de la existencia de calidad de los valores que dan origen a los ratios financieros, éstos constituyen una forma sistemática de examinar, desde el punto de vista financiero, la empresa y su funcionamiento. (Cuartas, V y Escobar, H 2006).

2.2.12. SOLVENCIA

La solvencia es la capacidad financiera (capacidad de pago) de la empresa para cumplir sus obligaciones de vencimiento a corto plazo y los recursos con que cuenta para hacer frente a tales obligaciones, o sea una relación entre lo que una empresa tiene y lo que debe.(Rodríguez, 2007).

CAPÍTULO III

MATERIALES Y

PROCEDIMIENTOS

3.1. MATERIALES Y PROCEDIMIENTOS

3.1.1. MATERIAL

3.1.1.1 POBLACIÓN

Los servicios que ofrecen las Empresas del Sector Belleza en la ciudad de Trujillo desde Febrero del 2010 a Diciembre del 2012.

3.1.1.2. MARCO DE MUESTREO

Se realizó mediante muestreo no probabilístico selectivo o intencional, comprende el siguiente elemento:

Los servicios que no ofreció la empresa Glamour Salón y Spa en el periodo de febrero 2010 a Diciembre 2012.

3.1.1.3 MUESTRA:

El servicio de “Suite de Novia” de la Empresa Glamour Salón y Spa.

3.1.2 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La investigación requiere utilizar:

➤ Técnicas

- Análisis Financiero (Estados Financieros de los 3 últimos años).
- Análisis del Flujo de Efectivo con el servicio de Suite de Novia.
- Entrevistas.

➤ Instrumentos

- Guía de análisis de los Estados Financieros.
- Guía de pautas para las entrevistas.

3.1.3. Procedimientos

3.1.3.1. Diseño de contrastación.

No manipulación de la variable independiente y de la variable dependiente.



Análisis de variables

Variable independiente

X= Plan financiero

Variable dependiente

Y= Crecimiento sostenible

3.1.3.2. Análisis de las Variables

CUADRO N.- 01 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

Hipótesis	Variables	Indicadores	Sub indicadores	Instrumento	Escala de Medición
La aplicación de un plan financiero influye positivamente en el crecimiento sostenible de la empresa Glamour Salón y Spa en la ciudad de Trujillo.	<p>Variable Independiente</p> <p>El plan Financiero es un informe de acción a emprender en el futuro basado en el análisis de los estados financieros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Estados Financieros. Análisis Vertical y Horizontal Análisis de rentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> VAN TIR Balance General 	<ul style="list-style-type: none"> Guía de análisis de los EE.FF Guía de pautas para la entrevista al administrador 	<ul style="list-style-type: none"> Acceptable Indiferente No aceptable Acceptable Indiferente No aceptable
	<p>Variable Dependiente</p> <p>Crecimiento Sostenible</p> <p>Mide la capacidad para generar ganancias respecto a las inversiones hechas por los socios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Beneficios después de los impuestos ROE Ratios Financieros 	<ul style="list-style-type: none"> Beneficios Netos Utilidad Antes de Participaciones e Impuestos. Balance General Estado de Resultados Estado de Flujos de Efectivo 	<ul style="list-style-type: none"> Guía de análisis documental Guía de pautas para la entrevista al administrador 	<ul style="list-style-type: none"> Bueno Regular Malo Bueno Regular Malo

Fuente: Elaboración expositoras

3.1.3.3. Procedimientos y análisis de datos de Datos

Se utilizará el programa Excel para analizar los estados financieros y de este modo realizar los cálculos necesarios. Por ser esta investigación de tipo aplicada, los datos se presentan en forma numérica y se realizara un análisis de corte longitudinal de panel, ya que se pretende explicar el comportamiento de los hallazgos obtenidos.

CAPÍTULO IV

SITUACIÓN ACTUAL DEL

SECTOR BELLEZA

4.1. Análisis Situacional del Sector

Durante los años 80 se desarrollaron los mayores cambios en la industria de la belleza. Por mucho tiempo los salones atendían solamente a mujeres y niños por lo que el cuidado del cabello masculino fue dejado a las barberías.

La tendencia actual ha hecho que los clientes se sientan familiarizados con términos como centros de belleza unisex, es por ello que cada vez es más usual ver a hombres de todas las edades asistir a centros de belleza.

La industria de la belleza es una industria que crece en forma acelerada. El incremento del rubro de belleza en nuestro país ha generado tanto interés que hoy hasta podemos hablar de competitividad en esta clase de negocio; aquí, se ha generado mucho interés y cada uno le va otorgando valor al servicio que ofrece, esto se debe principalmente a dos razones: la búsqueda constante por parte del cliente de nuevas experiencias y las estrategias de diferenciación que llevan las empresas con el objetivo de ofrecer un producto único en el mercado. “A nivel nacional existen 30 mil salones de belleza de los cuales el 50% se encuentra en Lima. De esos 15 mil, solo 9 500 son formales, es decir, un 43% es informal”, explicó Paul Cabrera Plasencia, director general de Expo Beauty 2013 (extraído del diario Gestión).

En el caso de los formales, un gran número de ellos se encuentra en distritos como Jesús María, San Juan de Miraflores, San Juan de Lurigancho y San Martín de Porres, por mencionar algunos. En estos lugares, la inversión para equipar un local puede ser de S/. 20 mil, y su proliferación va de la mano de cuantos egresan de esta carrera.

En la actualidad es de suma importancia supervisar los productos y servicios que se ofrecen, ya que las personas están buscando nuevas vivencias y es por esto que poco a poco las compañías se ven en la necesidad de ofrecer un producto de mejor calidad y un servicio único.

El mercado de salones de belleza de la ciudad de Trujillo es amplio y complejo existen una gran variedad de ellos y los mismos se encuentran localizados en diferentes zonas de la ciudad y en diferentes amplitudes (tamaño, servicio y personal).

En el medio trujillano muchas empresas no cuentan con una planeación ni organización de sus propuestas, y son pocas las que realizan un estudio de mercado; lo cual, les impide conseguir sus objetivos y en el camino muchas veces sufren dificultades económicas y organizacionales; por ende, el resultado son grandes pérdidas e incluso la extinción de varias de éstas.

Debemos agregar que la mayoría no cuenta con un manual de funciones para sus colaboradores; lo cual hace que la situación administrativa se torne más caótica.

Verificando estos inconvenientes, muy comunes en medianas y pequeñas empresas, hemos optado por realizar una propuesta que favorece a Glamour Salón y Spa y busca la efectividad en la administración financiera de su dinero, conllevando a una mejora en la optimización de sus recursos y consiguiendo así un crecimiento constante del negocio.

4.2. Situación General de Glamour Salón & Spa

Glamour Salón y Spa, en sus inicios se encargó de ofrecer el servicio de corte y maquillaje en el Norte del País, desde que fue fundado el 12 de febrero del 2010.

Glamour Salón y Spa fue fundado por la Químico Farmacéutica María Cecilia Chávez O. con diferentes cursos de especialización en cosmiatría y cursos internacionales en Maquillaje.

Cecilia Chávez emprendió un sueño formando Glamour Salón y Spa, con la fiel colaboración y apoyo de su esposo el Dr. Franco Pérez T. por lo que no desistieron en el proyecto hasta concretarlo y formar esta gran empresa.

La empresa en sus inicios se constituyó como un centro de Belleza ubicado en Jr. Almagro, donde se realizaba maquillaje y peluquería; y donde a partir de la calidad de servicio, responsabilidad, credibilidad y confianza lograron ampliar el local, diversificándolo, modernizándolo y ofreciendo muchos más servicios complementarios para satisfacer las necesidades cada vez más exigentes de los clientes, constituyéndose en uno de los mejores SPA.

MISIÓN

Brindamos servicios de estética y cosmiatría a mujeres y hombres, contribuyendo a mejorar la armonía y belleza del cuerpo y rostro, elevando su calidad de vida y fortaleciendo su autoestima a través de un importante cambio físico y emocional. Nuestros pilares son nuestra ética, constancia y profesionalismo.

VISIÓN

Ser reconocidos como el mejor SPA integral de estética y salud de avanzada del norte del Perú, ofreciendo un servicio de excelencia, sostenido por un gran equipo profesional comprometido y orientado a promover una mejor calidad de vida en cada uno de nuestros clientes, implementando las más innovadoras técnicas y tratamientos.

VALORES

COMPROMISO: Responsabilizarnos a realizar nuestro trabajo con la calidad, servicio y entrega según los estándares establecidos por la empresa, y ser un modelo a seguir como protagonistas de nuestras acciones y resultados.

COMUNICACIÓN: Expresarnos a tiempo, de manera clara, en la forma y con el lenguaje adecuado para alcanzar el éxito en nuestra relación personal y profesional.

CREDIBILIDAD: Realizamos nuestro trabajo con apego a la verdad y la honestidad. Creemos en nosotros, en lo que hacemos y decimos. Creo en mi compañero de trabajo, en lo que hace y dice.

ESPÍRITU DE SERVICIO: Actitud positiva y proactiva que todos los miembros de la empresa tienen de manera interna y externa.

RESPECTO: Aceptarnos de manera asertiva como individuos, al igual que a todos y cada uno de los integrantes de la empresa, así como a nuestros clientes y proveedores en cada uno de sus espacios e ideologías.

OBJETIVOS

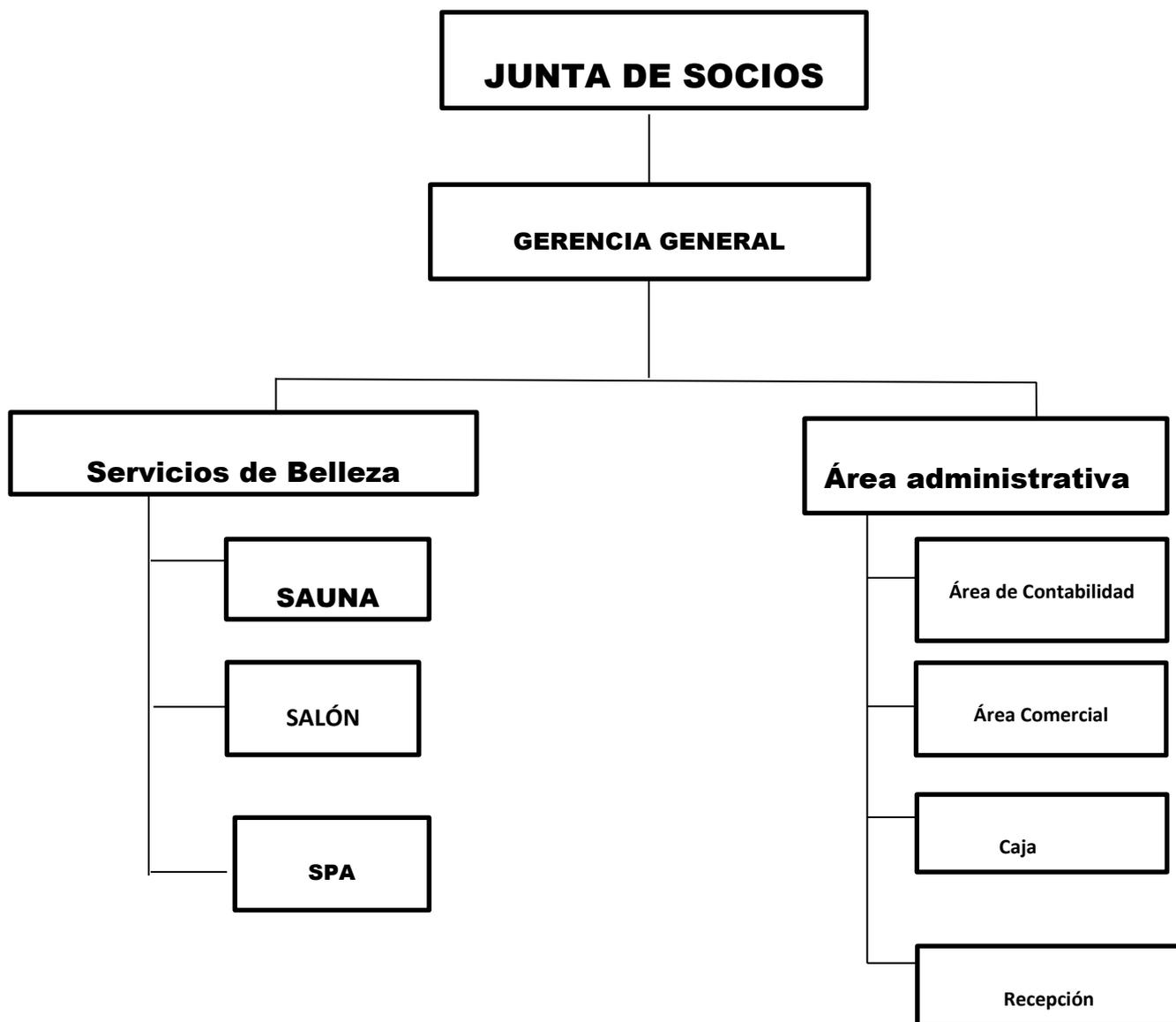
- Cubrir las necesidades de nuestro cliente, basados en nuestros principios para un buen resultado en cuanto a los fines de la empresa en sentido profesional y personal.
- Diseñar un ambiente que brinde bienestar y satisfacción emocional y física, ofreciendo distintos paquetes profesionales, asesorados por personal altamente calificado para ello.
- Brindar no solo terapias de estética, sino también ayudándolos con su salud física.

Organización y Administración

- Órganos de Dirección.

- Junta de Socios.
- Gerencia General.
- Servicios de Belleza: Salón, Sauna y Spa.
- Área Administrativa: Contabilidad, Comercial, Caja y Recepción.

En el organigrama observamos:



Personal

El personal requerido por la empresa es el siguiente:

- 01 Gerente General / Contador
- 01 Cajera / Recepcionista
- 02 Cosmiatra
- 01 Fisioterapeuta
- 01 Dietista

Manual de Organización y Funciones-MOF

El manual de Organización y Funciones se ha diseñado y adecuado de tal manera que cada trabajador desempeñe sus labores eficaz y eficientemente:

- Junta General de Socios, tiene como funciones:

- Determinar las acciones de la empresa y fiscalizar el accionar del Gerente General.
- Aprobar o desaprobado la gestión social, las cuentas y los estados financieros del ejercicio.
- Disponer la distribución de las utilidades.
- Aumentar o reducir el capital.
- Disponer auditorías, transformar, fusionar, disolver y liquidar la sociedad.

- Gerente General:

Es el ejecutivo de más alto nivel de la empresa, representa a la empresa en todos sus asuntos. Entre sus objetivos es la de realizar una gestión eficiente de la empresa y cumple las siguientes funciones:

- Aprobar el plan estratégico y presupuesto de la empresa.
- Respetar y hacer respetar las líneas de autoridad señaladas en la estructura de la organización.
- Organizar, dirigir, y controlar la marcha de la empresa de acuerdo a los estatutos.
- Aceptar, girar, descontar letras, cheques, abrir o cancelar cuentas corrientes.
- Formular y establecer los objetivos metas, y políticas de la empresa.

- Colaborar directamente con los departamentos de compra y contabilidad.
- Planificar las diferentes actividades a realizar dentro de la empresa.
- Dirección, supervisión y control del personal.
- Seleccionar al personal requerido.
- Controlar el movimiento económico y financiero de la empresa.

- Contador

Es quien se encarga de informar a la Gerencia General de la posición económica de la empresa mediante los Estados Financieros. Entre sus principales funciones tenemos:

- Elaborar los Estados Financieros mensuales.
- Elaborar los Reportes Gerenciales.
- Efectuar los cierres de mes.
- Registrar las compras y ventas efectuadas.
- Controlar los gastos pagados por anticipado.
- Registrar facturas de compra y de gastos.
- Realizar la planilla de empleados, gratificación, liquidación.
- Realizar la liquidación de beneficios sociales.
- Realizar la Declaración jurada de pago de impuestos.

- Empleados

Personas encargadas de realizar los servicios, garantizando a los clientes una buena atención y logrando la idealización de los mismos. Entre sus funciones se encuentran:

- Cumplir con las metas establecidas por sus jefes inmediatos.
- Cumplir con las órdenes y tareas que se le designen.
- Captar nuevos clientes.
- Ofrecer a los clientes la variedad de los servicios a prestar.
- Informar adecuadamente de que trata el servicio a brindar.
- Coordinar con el jefe de comercial para conocer el stock disponible.
- Usar correctamente el uniforme.
- Brindar de forma adecuada el servicio, de tal manera que el cliente quede completamente satisfecho.

-Cajera / Recepcionista

Persona encargada de emitir comprobantes de pago y de cobrar el monto por el servicio prestado. Entre sus funciones se encuentran:

- Del mismo modo ejerce la función de recepcionista.
- Esta encargada de brindar información sobre los servicios y paquetes promocionales.

A continuación describiremos los distintos productos que comercializamos.

El Spa - Centro de Belleza se divide, para la prestación de sus servicios, en dos zonas:

- Espacio único, zona donde se realizan los masajes y tratamientos individualizados, así como la consulta del especialista en dietética y nutrición.
- Espacio salón, zona donde se hacen servicios como cortes de cabello, rizado y alisado permanente, aplicación de tintes de cabello, manicure, pedicura, peinados, diseño de imagen, entre otros.

El Servicio

El servicio ofertado es un servicio de liberación y control del estrés así como el asesoramiento de imagen personal. El spa cuenta con un staff altamente capacitado, de institutos de prestigio, los que reciben capacitación permanente. Los trabajadores se encontrarán en planilla y gozando de beneficios sociales de acuerdo a ley, si comparamos con los trabajadores de otras empresas observamos que su remuneración está en base a porcentajes, razón por la cual no duran mucho tiempo en sus puestos de trabajo, debo argumentar también que algunos no están capacitados y se les va enseñando al mismo tiempo que atienden a los clientes, lo cual no está permitido en este spa.

Los servicios ofrecidos son los siguientes:

CUADRO N° 02 SERVICIOS OFRECIDOS

SERVICIOS	COSTO	PRECIO
Corte Cabello	S/. 4.07	S/. 13.50
Tinte	S/. 33.85	S/.86.30
Extensiones	S/. 115.28	S/.580.00
Reacondicionamiento	S/. 12.30	S/.20.00

Manicure	S/. 34.50	S/.45.00
Pedicura	S/. 49.5	S/.75.00
Maquillaje	S/. 13.10	S/.25.00
Depilación facial	S/. 2.63	S/.5.00
Depilación bozo	S/. 0.98	S/.5.00
Depilación axilas	S/. 12	S/.17.5
Depilación brazos	S/. 7.58	S/.12.00
Depilación media pierna	S/. 7.00	S/.12.00
Depilación pierna	S/. 11.08	S/.14.00
Depilación Bikini	S/. 7.58	S/.12.00
Sauna	S/. 30.00	S/.50.00
Faciales	S/. 99.00	S/.142.00
Exfoliaciones corporales	S/. 69.00	S/.100.00
Day Spa	S/. 33.00	S/.90.00
Tratamientos corporales	S/. 63.00	S/.100.00

Fuente: Elaboración expositoras.

Cabello

Corte: corte de acuerdo al gusto del cliente, con las últimas tendencias.

Extensiones: consiste en la preparación del cabello para que las extensiones queden perfectas, utilizando cremas hidratantes y alisando el cabello, luego se procede a la colocación de cada mechón de acuerdo al gusto del cliente.

Reacondicionamientos: consiste en el tratamiento de hidratación y humectación en los cabellos maltratados generalmente por los tintes o el sol.

Tinte: aplicación del color de acuerdo al gusto del cliente, con productos de buena calidad, luego se procede al lavado y aplicación de cremas fijadoras de color.

Maquillaje: de acuerdo a la ocasión y gusto del cliente, se utilizan productos dermatológicamente aprobados.

Manicure: velamos por el cuidado de sus uñas, dejándolas perfectas, usando diseños de acuerdo al gusto del cliente.

Pedicura: velamos por el cuidado de sus pies, con la ayuda de nuestros profesionales dejamos a sus pies sanos y felices.

Depilaciones: en todas las zonas del cuerpo, con ceras descartables, que han sido aprobadas dermatológicamente. Dependiendo de la zona a tratar: piernas, media pierna, brazos, axila, bozo, fácil y bikini.

Spa-Day Spa

- Exfoliación Oriental a base de Miel y Vitamina E.

- Masaje Eau Spa (con aceite de pétalos de rosa).

- Facial Aqua – A: Un completo facial que devuelve a la piel la hidratación perfecta. Le da al rostro 100% de colágeno, y le devuelve las sustancias que con el tiempo pierde. Creado, especialmente para mujeres a partir de los 25 años.

Faciales

Facial para él: Diseñado especialmente para el hombre, cubrimos todas sus necesidades, y en la zona de rasurado, donde la piel se torna irritada y deshidratada, ponemos énfasis.

Facial para ella: Una completa limpieza facial. Nuestro tratamiento, incluye exfoliación, extracción, suave masaje con loción humectante adecuada a su tipo de piel y como toque final una fantástica mascarilla.

Terapias corporales

Tratamiento con algas marinas: Eau Spa hace posible este exquisito encuentro con la naturaleza. Para ello ha tomado las más generosas especies vegetales del mar, las algas.

Estas son efectivas para contrarrestar el envejecimiento cutáneo, problemas circulatorios y la celulitis.

Sus componentes son ricos en minerales y oligoelementos como yodo, magnesio, sodio, potasio, calcio y zinc. Además contienen las vitaminas A, B, C, D, E y aminoácidos como clorofila y antibióticos. El alga terapia de Eau Spa le permite darle a su piel oxigenación, hidratación y estimulación dando lugar a un mantenimiento sano y enriquecedor de su cuerpo.

Exfoliaciones

Exfoliación oriental: Todo un placer, venido desde el lejano oriente, disfrute de una exfoliación con miel, vitamina E, y déjese envolver en toallas, seguidas por chorros de agua caliente. Los resultados la sorprenderán.

Sauna:

a).- Seco: elimina toxinas y relaja a través del calor que irradia.

b).- Vapor: Se emplea hierbas medicinales, las cuales son saludables para el organismo y lo relajan totalmente.

El spa cuenta con un ambiente para cada servicio, en el área de salón cuenta con 3 sillones de peluquería; también tenemos dos lavatorios, contamos con dos sillones de pedicura y dos mesitas para manicure. En lo que respecta al área de exfoliación se cuenta con 3 camillas, en las cuales se realizan los diversos tipos de tratamientos que ofrece el spa. Se cuenta con dos vestidores, uno para mujeres y otro para hombres, en los cuales los clientes podrán cambiarse y dejar sus pertenencias en los casilleros para poder pasar a las áreas de sauna, baños turcos y exfoliación.

4.3. Análisis entrevista

A continuación presentamos información obtenida a través de entrevistas a expertos, en los cuales se refleja la situación del sector, el crecimiento, la demanda entre otros factores de interés.

Después de realizar diversas entrevistas en Centros de Belleza y Spas, hemos encontrado puntos en común, como que el 72% coincide que este sector está en pleno crecimiento, y por ende manifiesta un mayor ingreso en sus negocios y también un aumento progresivo de la demanda. La mayoría de ellos coincide en que no tiene un público específico. En el aspecto del nicho de mercado un 42% se dirige a la clase media alta.

Si hablamos de dificultades, la más recurrente es el tema del financiamiento con un 40%; y además se considera como desventaja el no poder contar con personal altamente capacitado para estas labores esto representa también un 40%.

El tema de recuperar la inversión en su mayoría lo hacen entre los 3 a 5 años; y para conseguir financiar sus empresas cuentan muchas veces con el apoyo de socios capitalistas (28%), de instituciones financieras (29%) y en la mayoría de casos es inversión propia (43%).

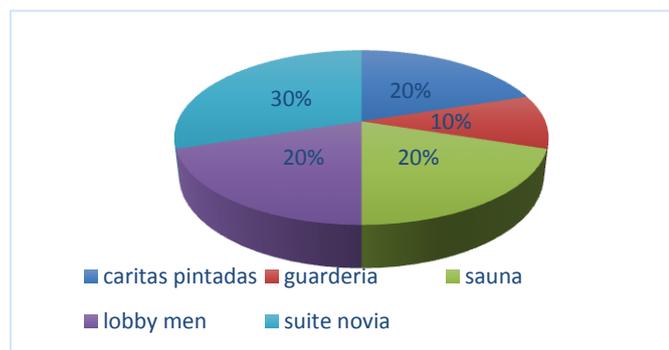
Gráfico N°01



Fuente: Elaboración Investigadoras.

Otro punto a mencionar es el de la competencia, se muestran como fuertes rivales aquellos que cuentan con más años en el mercado (es el caso de Edith Córdova) o los que pertenecen a franquicias reconocidas como Montalvo Spa. Pensando en el tema de cómo enfrentar la competencia un 29% respondió que capacitar al personal es la mejor opción frente a otro 29% el cual opina que ofrecer productos exclusivos es un gran atractivo para el público. Aquellos que se inclinan por esta última opción nos dicen que servicios como el de Suite de Novias es uno de los más llamativos ya que es un paquete de múltiples servicios el cual es bastante atractivo para las damas sin importar la temporada del año.

Gráfico N°02



Fuente: Elaboración Investigadoras

4.4. Análisis de encuesta para el servicio de Suite de novia

Se formularon 50 encuestas a mujeres entre 21 a 41 años y de estratos socioeconómicos como los de clase media, media –alta y alta de la ciudad de Trujillo, con la finalidad de conocer el grado de satisfacción hacia un nuevo servicio que se pretende incluir en Glamour Salón y Spa para aumentar la demanda.

Estas encuestas nos llevan a diferentes conclusiones. Una de ellas es que el 67 % de encuestadas indican que conocen el servicio de suite de novia; representando un 34% indican que les resulta atractiva porque está de moda y un 25% indica que les atrae el precio, y un 52% indican que si estarían dispuestas a adquirir este nuevo servicio.

Gráfico N°03



Fuente: Elaboración Investigadoras.

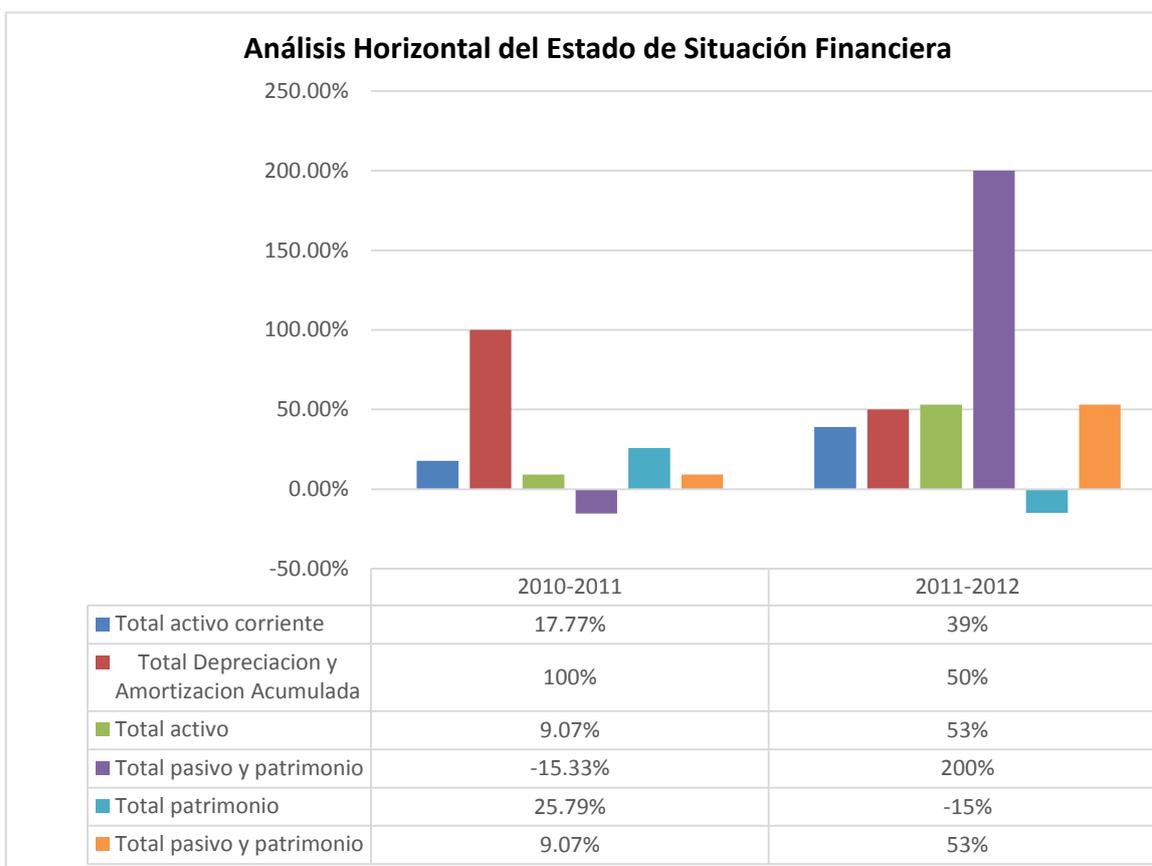
Esto nos da una idea global de los gustos y preferencias de las mujeres trujillanas, aspectos que se tendrán en cuenta para optimizar el servicio y sobre todo para seguir en la constante búsqueda de la satisfacción de las necesidades de los usuarios de una manera íntegra y sobre todo con calidad.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 Análisis Horizontal Año 2010 -2011

Gráfico N°04



Fuente: Elaboración Investigadoras

Activos Corrientes

-Efectivo y equivalente de Efectivo: En el Análisis Horizontal 2010-2011 se muestra la cuenta de Efectivo y Equivalente de efectivo con una alta variación de 126 %; es decir, un aumento de S/.74 015.35. Este incremento se debe a que en el año 2011 ya no hay gastos de constitución, y tampoco hay compras de muebles y enseres; maquinarias y equipos;

estos se dieron en el primer semestre del 2010 como inversión Fija (solo se realizan una vez durante la vida útil de la empresa).

Para el periodo 2011-2012, el aumento es de 48%, esto se debe a nuevos gastos de publicidad y seguros; y un incremento en el pago de impuestos que se da en el último trimestre del 2012.

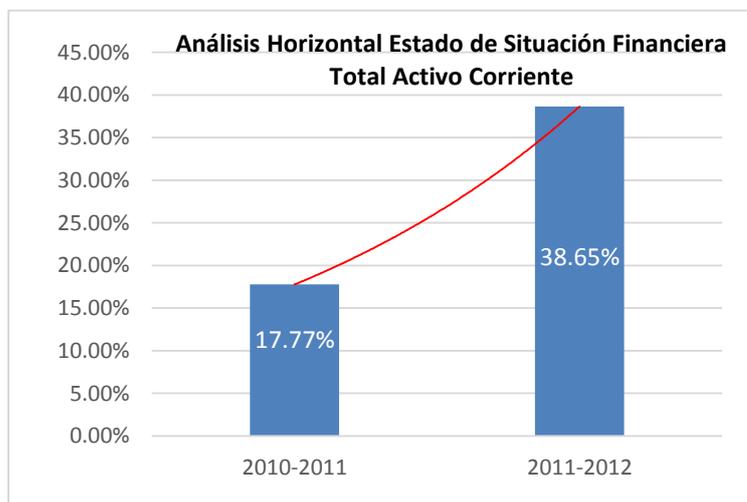
Insumos, Suministros Diversos: En el Análisis Horizontal 2010-2011 del Balance General de Insumos, Suministros Diversos se registra una disminución porcentual del 81.09% es decir una baja de S/. 51 440.18 debido a que ya habíamos comprado un stock para el primer trimestre del 2011 a finales del 2010. El análisis para los periodos 2011-2012 indican que hay una disminución de 42.46% que en cifras es S/. 5 092.64 debido a que la demanda baja y por ende el requerimiento de Insumos, Suministros Diversos también.

Herramientas y utensilios de trabajo: En el Análisis horizontal del Balance General de la cuenta Herramientas y Utensilios hay una disminución porcentual de 12.29%, debido a un mayor consumo de estos en el periodo 2011 que asciende a S/. 2 067.00 a diferencia del consumo del periodo 2010 que es de solo S/.1 567.00.

Respecto al análisis Horizontal del Balance General de la misma cuenta del periodo 2011 al 2012, la diferencia se incrementa a un 60.12 % representado su valor en libros la cifra es de S/.1 622.00, debido a que el saldo inicial de esta cuenta al 2012 era de S/.2 698.00 y se compran herramientas por un valor de S/.333.00 y se consumen una cifra de S/. 1 955.00 quedando finalmente un valor de S/.1 076.00, un importe bastante bajo comparado con el inventario final del año anterior que es de S/.2 698.00

Total Activo Corriente

Gráfico N°05



Fuente: Elaboración Investigadoras

Interpretación: Según Gráfico N°05 en el Análisis Horizontal del Estado de Situación Financiera 2010-2011, el activo se incrementa en un 17.77%, la cuenta más importante durante estos dos periodos fue Efectivo y equivalente de efectivo que mostro un aumento de 126.71%; lo mismo sucede en la comparación 2011-2012 una de las cuentas más importante es también Efectivo y Equivalente de efectivo con un aumento del 48% en cifras hablamos de S/.63 582.40.

Servicios y otros contratados por anticipado

Seguros, no se muestran gráficos de esta cuenta, porque no habían contratado el servicio en los años 2010 y 2011, recién en el 2012 contratan un seguro contra robos y también uno contra incendios por una suma anual de S/.25 000.00

En **publicidad** no hay variación, ya que el servicio es contratado el último mes del 2012 por la suma de S/.21 000.00.

Total activo diferido: No hay variación ya que ambos servicios de Seguros y Publicidad son contratados en el último semestre del 2012.

Activo No Corriente

Maquinaria y equipo, no verificamos variación, pues no hay nuevas adquisiciones de Maquinaria y Equipo en el transcurso de los años 2011 y 2012.

Muebles y enseres, al igual que en la cuenta Maquina y Equipos, se mantienen los mismos del periodo 2010, sin ninguna nueva adquisición en los años 2011 y 2012.

Intangible , no hay más gastos de constitución de empresa, licencias , estudios y sistemas contables ; puesto a que estos son gastos definitivos al comienzo del periodo y no se dan en los siguientes años 2011 y 2012.

Total activo no corriente, no hay variación alguna ya que las cuentas de Maquinaria y equipo, Muebles y enseres e Intangibles, son gastos definitivos y de largo plazo, por lo cual no es necesario contar con ellos cada año.

Depreciación y amortización Acumulada

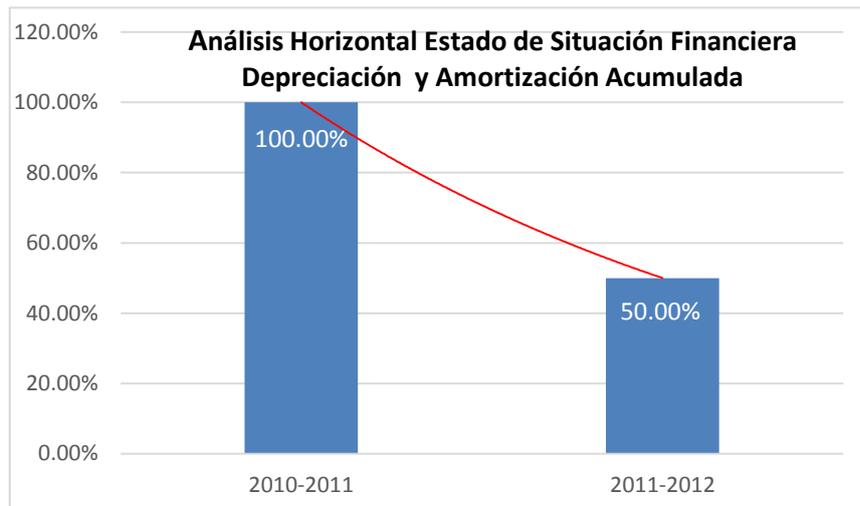
Depreciación Acumulada, en el Análisis Horizontal del Estado de Situación Financiera 2010-2011, se incrementa al 100%, debido a que la depreciación de Bienes y Muebles al 2010 es de S/. 2 026.70 y la de Muebles y enseres de S/.4 478.80, con un sumatoria de S/.6 505.50 y para el año 2011 los importes se mantienen constantes dando como resultado un incremento al 100%.

Para el Análisis Horizontal del periodo 2011-2012, el comportamiento es el mismo, es decir, los importes a depreciar son constantes, lo que origina que en la comparación de estos dos últimos años la variación porcentual sea de 50%.

Amortización Acumulada, La cuenta se comporta exactamente como la cuenta de depreciación , en el Análisis Horizontal del 2010 – 2011, se deprecian en un periodo de vida útil de 10 años, entonces tenemos en el año 2010 una depreciación por un valor de S/.597.00, en el siguiente año se incrementa por la misma suma; es por eso que la variación es de 100% ; y en el Análisis Horizontal del 2011-2012 la suma también se incrementa en S/.597.00, por eso la variación es del 50%.

Total Depreciación y Amortización Acumulada

Gráfico N°06

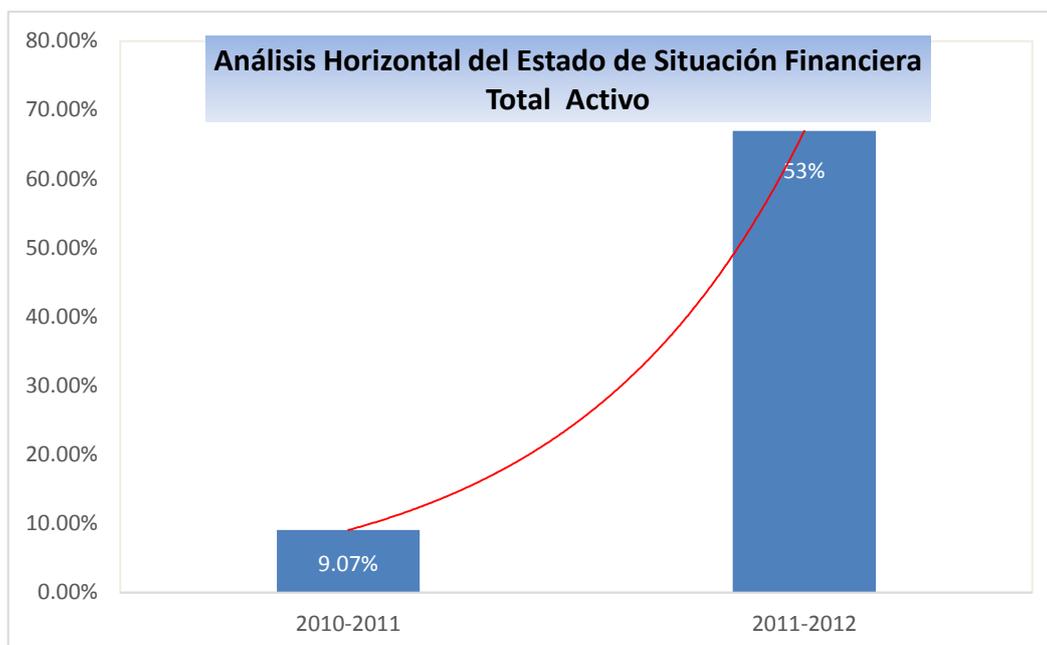


Fuente: Elaboración Investigadoras

Interpretación: Según el gráfico N°06 en el Análisis Horizontal 2010-2011 de la cuenta Depreciación y Amortización Acumulada, se refleja una variación porcentual del 100%, ya que la depreciación varió del 2010 al 2011 se dio en S/.7 102.50 y para el siguiente Análisis Horizontal 2011-2012, la variación se mantiene constante en S/.7 102.50 es por eso que solo hay un incremento del 50%.

Total Activo

Gráfico N°07



Fuente: Elaboración Investigadoras

Interpretación: Según gráfico N° 07, en el Análisis Horizontal del Estado de Situación Financiera del total del Activo para el 2010-2011, hay un aumento del 9.07%, en cifras hablamos de un aumento de S/.S/. 15 094.67, esto corresponde al incremento del Efectivo y Equivalente de Efectivo por una suma S/. 74 015.35y que representa un incremento del 126.71% del 2011 al 2012.

Para el Análisis Horizontal del Balance General 2011-2012 del total del activo, se aprecia un aumento del 53%, es decir en cifras hablamos de S/. 111 459.93; al igual que en el análisis anterior la variación es por el aumento de la cuenta Efectivo y Equivalente de Efectivo en un 48.01%es decir hablamos de un incremento de S/. 63 582.40 y de la cuenta Depreciación y Amortización acumulada con un aumento del 50% representando su valor en libros en S/. 7 102.50.

Pasivo Corriente

Tributos por pagar, En el Análisis Horizontal del Balance General 2010-2011 para esta cuenta los impuestos se mantienen constantes en todos los años, no hay variación, debido a que los salarios no se han modificado y tampoco el número de personal desde el 2010 hasta el 2012. Lo mismo sucede en el análisis 2011-2012.

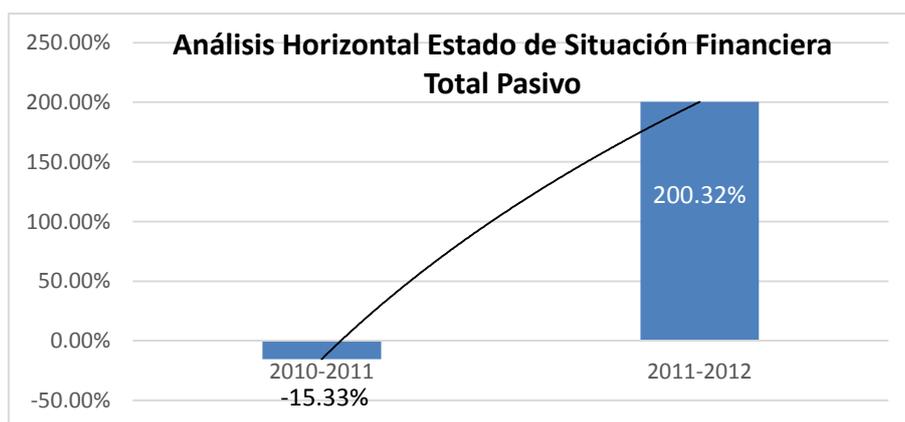
Remuneraciones por pagar, En el Análisis Horizontal del Balance General del 2010 - 2011 no se muestra variación porcentual , puesto que hay el mismo número de trabajadores desde que inicio la empresa , al igual que los sueldos y descuentos se han mantenido constantes, el resultado es el mismo en cada año ; lo mismo sucede en el Análisis Horizontal 2011-2012.

Cuentas por pagar – Comerciales, en el análisis Horizontal 2010-2011 del Balance General hay una disminución porcentual de 16.94%, en cifras hablamos de S/. 10 376.57 ya que en el segundo ejercicio se requiere de menor cantidad de utensilios y de Insumos, Suministros Diversos, por lo tanto disminuye la cantidad de adquisiciones y en consecuencia las cuentas por pagar.

En cambio, para el Análisis Horizontal del Balance General 2011-2012 de las cuentas por pagar hay un incremento de 225.64%, debido a que el 98% de utensilios requeridos para el año 2012 son compras al crédito al igual que materia prima con un 41% de las mismas.

Total Pasivo

Gráfico N°08



Fuente: Elaboración Investigadoras

Interpretación: Según Gráfico N°08 en el Análisis Horizontal del Balance General 2010-2011 del Pasivo vemos que disminuye porcentualmente en 15.33%, se debe a que el requerimiento de Insumos, Suministros Diversos y de Utensilios en el 2011 en comparación con el 2010 se ve restado en S/.10 376.57 lo que significa una disminución del 17% en las compras al crédito.

Y en el Análisis Horizontal del Balance General 2011-2012, se ve reflejado un aumento de 200.32%, ya que la cuenta más representativa del pasivo que es cuentas por pagar tiene un incremento de 225.64%, esto se debe al aumento en S/.114 814.26 de las compras al crédito de Insumos, Suministros Diversos y Utensilios.

Patrimonio

Capital.-El Análisis Horizontal del Balance General 2010-2011, esta cuenta no muestra variación alguna ya que los socios no han realizado nuevas aportaciones a la empresa hasta la fecha. Lo mismo sucede en la comparación de los años 2011-2012.

Utilidad Acumulada.- El análisis Horizontal del Balance General 2010-2011 de esta cuenta se refleja un incremento de S/. 25 471.24, en cifras porcentuales representa un 58.20% debido al aumento de la demanda en los siguientes servicios: Corte de Cabello, Manicure, Maquillaje, Depilación de Bozo, Depilación facial, Depilación de Brazos, Depilación de Media Pierna, Depilación de pierna completa, Exfoliaciones Corporales y Day Spa.

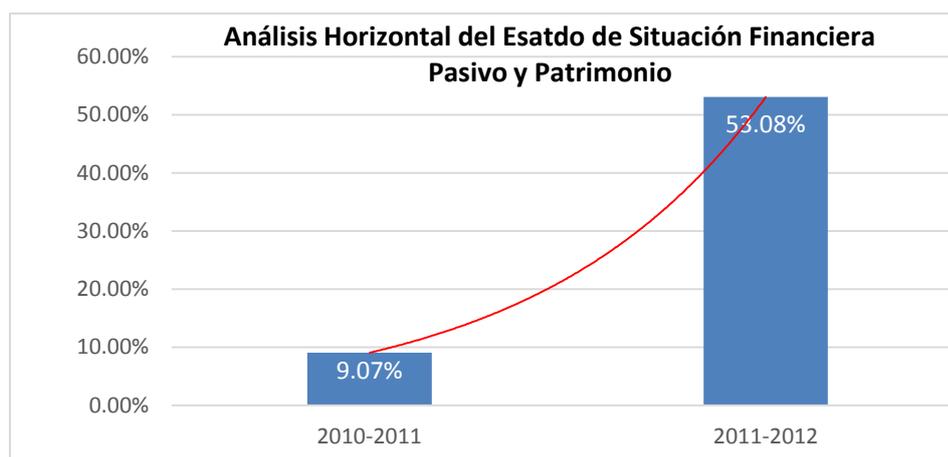
Para el Análisis Horizontal del Balance General 2011-2012 de la cuenta utilidad acumulada hay una disminución de S/. 18 449.00 que representa una baja de 26.65% de la misma, debido a que se presentó una pérdida en el año 2012 del mismo importe, generado por la baja de la demanda en un 21% en el mismo año.

Total Patrimonio, En el análisis Horizontal del Balance General 2010-2011 de esta cuenta vemos un incremento del 25.79% es decir un valor de S/. 25 471.24 que se debe al aumento de la cuenta Utilidad Acumulada de los presentes periodos.

En cambio en el análisis Horizontal del Balance General 2011-2012 de la cuenta patrimonio vemos una disminución del 14.85%, debido a la pérdida que sufrió el negocio en el último periodo por una cifra de S/. 18 449.00, ocasionada por la baja demanda.

Total Pasivo y Patrimonio

Gráfico N°09



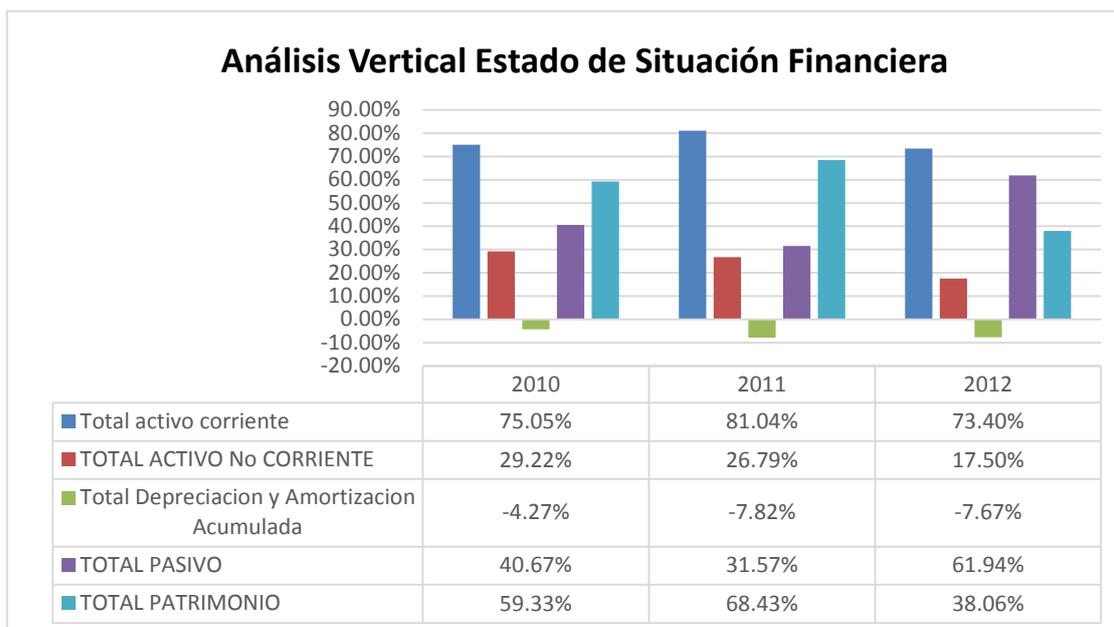
Fuente: Elaboración Investigadoras

Interpretación: Según Gráfico N°09, el análisis Horizontal del Balance General 2010-2011 del Pasivo y Patrimonio se muestra un incremento de S/. 15 094.67 que representa el 9.07% de la variación positiva, este aumento se debe a la disminución de las cuentas por pagar y al incremento de la utilidad acumulada en un 58.20% que en cifras es S/. 25 471.24.

En el análisis Horizontal del Balance General 2011-2012 del Pasivo y Patrimonio se ve un aumento considerable de S/. 96 365.26 que representa una variación porcentual de 53.08%, esto se produce por el incremento de las cuentas por pagar en S/. 114 814.26 que representa un aumento de 225.64% y además se presenta una reducción en la utilidad acumulada de S/. 18 449.0 que representa una disminución de 26.65% debido a que bajo 21% la demanda en el 2012.

5.2. Análisis Vertical Años 2011 -2012

Gráfico N°10



Fuente: Elaboración Investigadoras

Activos Corrientes

Efectivo y equivalente de Efectivo. En el Análisis Vertical del Balance General 2010 de la cuenta Efectivo y equivalente de efectivo para este periodo representa solo el 35.09% del activo total en cifras hablamos de S/.58 414.28, esto se debe que en el primer semestre se desembolsan en gastos operativos, compras de muebles y enseres; maquinaria y equipo por una suma de S/.56 309.98 y demás ingresos lo cual disminuye considerablemente el efectivo.

Para el año 2011, la cuenta representa el 72.94% del total del activo , hablamos de una suma de S/.132 429.63 , a pesar de que las ventas disminuyen en 1%, ya no hay gastos pre

operativos ni nueva inversión de muebles o de maquinaria y equipo , por ese motivo el efectivo se incrementa en este periodo.

En el 2012, representa el 70.53% del activo total con una suma de S/.196 012.02, se debe a que los costos también disminuyen en 16% es decir en S/.58 805.01 y por eso hay mayor flujo de efectivo.

Insumos, Suministros Diversos.- En el análisis vertical del Balance General 2010 de esta cuenta nos indica que representa el 38.11% del activo total, con una cifra de S/.63 435.12 para ese periodo se considera como la cuenta más importante del activo; para el año 2011 representa solo el 6.61% en cifras hablamos de S/.11 944.94 , ya que baja la demanda y por ende el requerimiento de insumos y suministros diversos disminuye, lo mismo sucede para el siguiente periodo 2012 en el cual solo representa el 2.48% del activo en cifras hablamos de S/.6,092.30.

Herramientas y utensilios de trabajo.- En el Análisis Vertical del Balance general se muestra en el año 2010 que esta cuenta solo representa el 1.85% en cifras hablamos de S/.3 076.00, para el siguiente año disminuye a 1.49% que en cifras es S/.2 698.00 y por último en el 2012 solo representa el 0.39% del total activo con una cifra de S/.1 076.00. Todo esto se debe al bajo requerimiento de los utensilios en los últimos años debido a la baja demanda en el negocio.

Total activo corriente.- Según Gráfico en el Análisis Vertical del Balance General del Activo Corriente, en el primer periodo 2010 solo representa el 75.05% del total del Activo en cifras hablamos de S/.124 925.40, para el siguiente 2011 disminuye y representa solo el 81.04% con S/.147 122.57 y para el 2012 solo el 73.40% con S/.203 990.32; esto se debe a la baja en requerimientos de los insumos, suministros diversos y de herramientas y utensilios.

Servicios y otros contratados por anticipado

Seguros.- En el Análisis Vertical del Balance General 2010 de la cuenta, en los dos primeros años no se tiene contratado el servicio, a partir del tercer año se contrata llegando a representar una suma de S/.25 000.00 es decir el 9% del total del activo.

Publicidad.- En el análisis Vertical del Balance General de la cuenta Publicidad, los dos primeros años no se ha contratado el servicio a partir del tercer año se desembolsa un importe de S/.21 000.00 que representa el 7.77% del total del activo.

Total activo diferido.- En el Análisis Vertical del Balance General 2010 de la cuenta Activo diferido, los dos primeros años no se contratan servicio de seguros y publicidad, a partir del tercer año representa un 16.77% del total del activo con una suma de S/.46 600.00.

Activo No Corriente

Maquinaria y Equipo.-En el Análisis Vertical del Balance General 2010 de esta cuenta representa una suma de S/.22 394.00 es decir el 13.45% del total del activo.

En el 2011 y 2012, la suma es la misma, solo representa un 12.33% y un 8.06% del total del activo respectivamente.

Muebles y Enseres.-En el análisis Vertical del Balance General 2010 de esta cuenta, solo representa el 12.18% es decir una suma de S/. 20267.00 sobre el total del activo.

En los años 2011 y 2012, la cifra se mantiene, pero los porcentajes disminuyen a 11.16% y 7.29% respectivamente; debido a la depreciación de estos.

Intangibles.- En el Análisis Vertical del Balance General 2010 de esta cuenta, se muestra una cifra de S/.5970.00 que representa el 3.59% del total activo; las mismas cifras se muestran en los siguientes años 2011 y 2012 con un valor porcentual de 3.29% y de 2.15% respectivamente, la disminución se debe a la amortización anual.

Total Activo no Corriente.- En el Análisis Vertical del Balance General 2010 de la cuenta Activo No corriente esta representa el 29.22% del total activo; así como en el año

2011 y 2012 se mantiene la cifra de S/.48 631.00, pero representan solo el 26.79% y el 17.50% respectivamente; la disminución se debe a la depreciación y amortización a los que están afectos los bienes y servicios.

Depreciación y Amortización Acumulada

Depreciación Acumulada.-En el Análisis Vertical del Balance general 2010 de esta cuenta, se muestra una cifra de S/. 6 505.50, que corresponde al 3.91% del total de Activo, en el año 2011 solo representa 7.17% con una suma de S/. 13 011.00 y para el año 2012 una suma de S/. 19 516.50 que representa el 7.02% del total activo.

Amortización Acumulada.- En el Análisis Vertical del Balance General 2010 de esta cuenta, el 0.36% representa una cifra de S/. 597.00 sobre el total del activo. En los años 2011 y 2012, se muestra una suma de S/1 194.00 que representa el 0.66% y un valor de S/1 791.00 que es solo el 0.64% del total activo respectivamente.

Total Depreciación y Amortización Acumulada.- En el Análisis Vertical del Balance General 2010 de la cuenta Depreciación y Amortización Acumulada, el 4.27% representa una cifra de S/.7102.50 sobre el total activo; en los años 2011 y 2012 el valor de la cuenta es de S/14 205.00 que es el 7.82% y S/. 21 307.50 que es el 7.67% del total del activo.

Pasivo Corriente

Tributos por Pagar.- En el Análisis Vertical del Balance General para el año 2010 los impuestos representan el 0.77% del total de pasivo y patrimonio en cifras hablamos de S/.1 281.60; para los años 2011 y 2012 la cifra en soles es la misma pero los porcentajes descienden a 0.71% y 0.46% respectivamente.

Remuneraciones por Pagar.-En el Análisis Vertical del Balance General del año 2010 esta cuenta representa el 2.84% del total de pasivo y patrimonio en cifras hablamos S/.5 149.40 y en los siguientes años 2011 y 2012 se mantiene la misma cifras, pero los porcentajes disminuyen a 2.84% y 1.85% respectivamente.

Cuentas por pagar – Comerciales.- En el Análisis Vertical del Balance General 2010 esta cuenta representa el 36.80% del total pasivo y patrimonio en cifras hablamos S/.61

261.24, en el 2011 y el 2012 representa el 28.03% y el 59.62% con cifras de S/.50 884.67 y S/.65 698.93 respectivamente.

Total Pasivo.- En el Análisis Vertical del Balance General 2010 representa el 40.67% del total pasivo y patrimonio en cifras hablamos de S/.67 692.24, en el 2011 representa solo el 31.57% con S/.57 315.67 y en el 2012 representa el 61.94% con S/.172 129.93.

Patrimonio

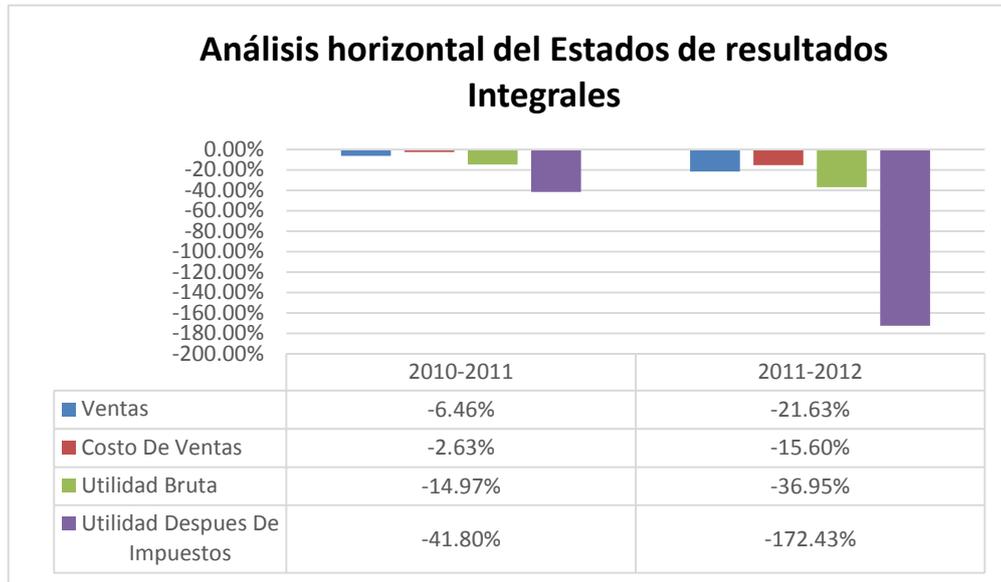
Capital.- En el Análisis Vertical del Balance General para el periodo 2010 representa el 33.04% con S/.55 000.00, en los años siguientes 2011 y 2012 la cifra se mantiene pero el valor porcentual desciende a 30.29% y 19.79% respectivamente.

Utilidad acumulada.-En el Análisis Vertical del Balance General del 2010 esta cuenta representa el 26.29% del total pasivo y patrimonio en cifras hablamos S/. 43 761.66 y en los años 2011 y 2012 representa el 38.13% y el 18.27% con cifras de S/.69 232.90 y S/.50 783.90 respectivamente.

Total Patrimonio.- En el Análisis Vertical del Balance General de la cuenta patrimonio representa el 59.33% del total pasivo y patrimonio en cifras hablamos de S/. 98 761.66, en los años 2011 y 2012 representan el 68.43% y el 38.06% con cifras de S/.124 232.90 y de S/.105 783.90 respectivamente.

5.3. Análisis Horizontal Estado de Resultados Integrales 2010-2012

Gráfico N°11



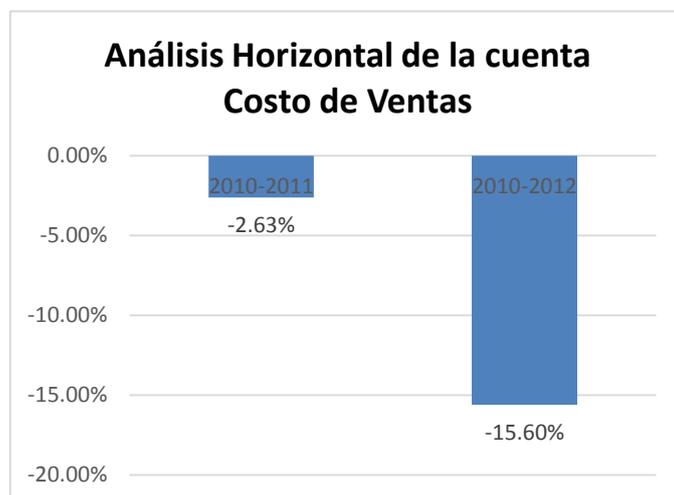
Fuente: Elaboración Investigadoras

Ventas.- En el Análisis Horizontal del Estado de Resultados Integrales de esta cuenta en el periodo 2010-2011 se muestra una reducción de 6.46% esto debido a que su demanda disminuyó en S/. 36 304.00 a consecuencia de la reducción de ventas en sus servicios como tintes, extensiones, faciales, pedicure y tratamientos corporales.

Para el período 2011-2012 las ventas disminuyen en 21.63%, en cifras hablamos de S/.113 641.50 debido a que bajo la demanda en todos sus servicios.

Costo de Ventas

Gráfico N° 12



Fuente: Elaboración Expositoras

Descripción: Según gráfico N°12, en el Análisis Horizontal del Estado de Resultados de esta cuenta del periodo 2010-2011 se muestra una reducción de 2.63% debido a que hubo una disminución de ventas en sus servicios, por lo tanto la materia prima requerida disminuye, mientras que la mano de obra directa, utensilios consumidos, depreciación y los costos fijos se mantienen constantes.

Para el período 2011-2012 disminuye en 15.60% esto debido a la baja demanda de sus servicios, por lo tanto la materia prima consumida disminuye mientras que la mano de obra directa, depreciación y los costos fijos se mantienen constantes.

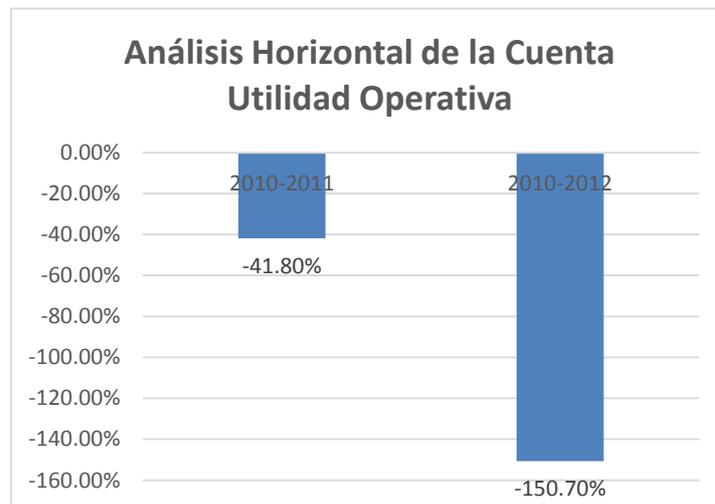
Gastos de Administración: En el Análisis Horizontal del Estado de Resultados del 2010 - 2011, no se muestra variación porcentual, puesto que el sueldo del gerente y el resto del personal son los mismos; al igual, que el alquiler de local, los servicios, útiles de escritorio y de aseo se han mantenido constantes. Por lo tanto, el resultado es el mismo en cada año, lo mismo sucede en el Análisis Horizontal 2011-2012.

Gastos de Ventas: El Análisis Horizontal del Estado de Resultados del 2010 -2011 de esta cuenta, no se muestra variación porcentual, puesto que el sueldo de la cajera-

repcionista es el mismo, al igual que el alquiler de local , los servicios ,útiles de escritorio, de aseo y publicidad se han mantenido constantes por lo tanto el resultado es el mismo en cada año ; lo mismo sucede en el Análisis Horizontal 2011-2012.

Utilidad Operativa

Gráfico N°13



Fuente: Elaboración Investigadoras

Descripción: Según grafico N°13, en el Análisis Horizontal del Estado de resultados del periodo 2010-2011 se muestra una disminución de 41.80%, en cifras hablamos de S/.26 129.16, esto debido a que las ventas de sus servicios se redujeron en S/. 36 303.50.

Para el periodo 2011-2012 se muestra una reducción de 150.70 %, en cifras hablamos de S/.54 836.49, esto debido a que las ventas de sus servicios se redujeron en S/. 113 641.50.

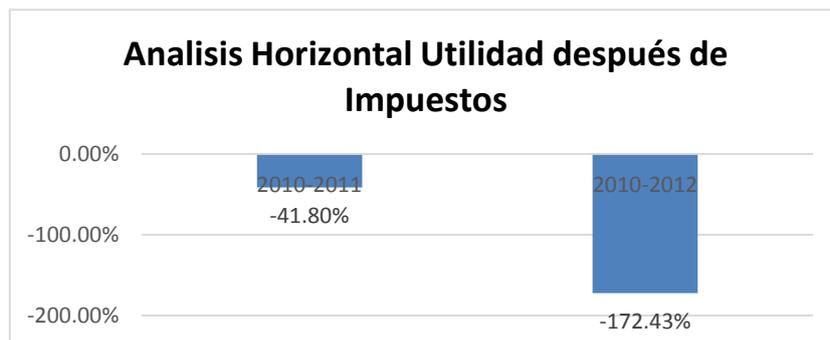
Utilidad operativa: En el Análisis Horizontal del Estado de Resultados del 2010 -2011, se muestra una reducción de 41.80%, esto debido a que la utilidad bruta para el año 2011 disminuye en un S/26 129.00, mientras que los gastos de administración y gastos de ventas se mantiene igual.

Para el periodo 2011-2012, se muestra una reducción de 150.70%, esto debido a que la utilidad bruta para el año 2012 disminuye en un S/. 54 836.49, mientras que los gastos de administración y gastos de ventas se mantiene igual.

Impuesto a la Renta: En el Análisis Horizontal del Estado de Resultados de esta cuenta del 2010 -2011, se muestra una disminución de 41.80% en cifras hablamos de S/. 7 838.75 y en el periodo 2011 se muestra un valor en libros de S/. 10 916.25 que no tiene comparación en el 2012 ya que se genera una pérdida en este último año por lo cual no hay impuesto a deducir.

Utilidad después de impuestos

Gráfico N°14

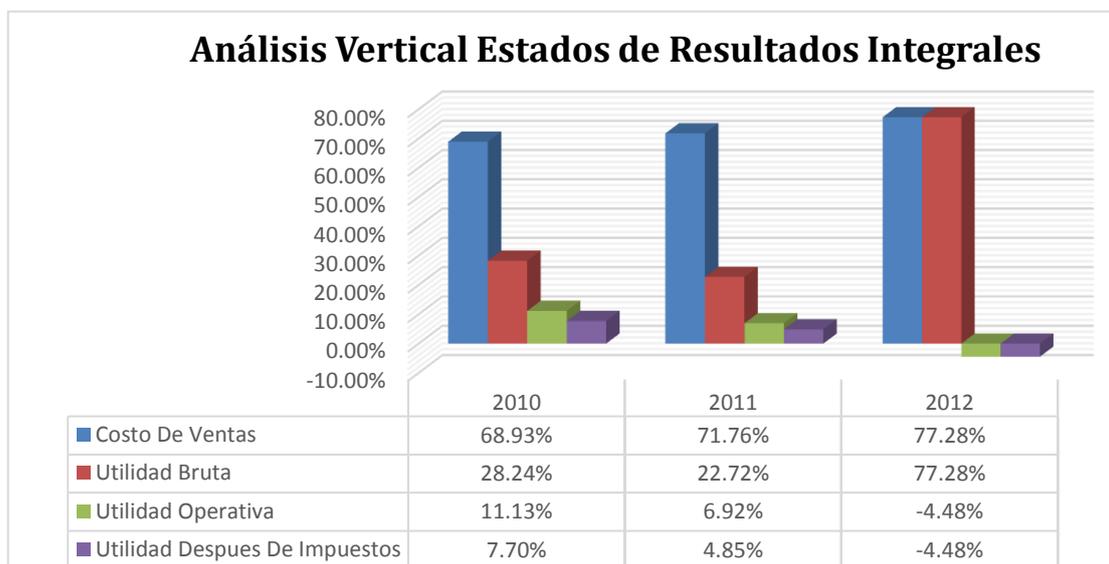


Fuente: Elaboración Investigadora

Descripción: Según el Gráfico N°14, en el Análisis Horizontal del Estado de Resultados del periodo 2010-2011, se muestra una disminución del 41.80%, en cifras hablamos de S/. 18 290.41 y en el periodo 2011-2012 se muestra una disminución del 172.43%, en cifras hablamos de una reducción de S/.43 920.24; esta baja se debe a la poca demanda en los últimos años.

5.4. Análisis Vertical del Estado de Resultados Integrales 2010-2011-2012.

Gráfico N°15



Fuente: Elaboración Expositoras

Costo de Ventas: En el Análisis Vertical del 2010 -2011-2012 del Estado de Resultados Integrales de esta cuenta, se muestra un 68.93% que representa el total de su valor sobre las ventas en cifras hablamos de S/.387 241.05, para el siguiente año representa el 71.76% sobre las ventas y en el último periodo 2012 representa el 77.28% esto se debe a la baja en ventas.

Utilidad Bruta.- Según el Gráfico N° 15, en el análisis Vertical del Estado de Resultados de esta cuenta, se muestra que en el primer año representa el 28.24% sobre el total de ventas, para el siguiente periodo representa el 22.72% y para el último año representa el 77.28%, la disminución año a año en la utilidad se debe a las pocas ventas que se generan en los últimos periodos.

Gastos de Administración.- En el Análisis Vertical del Estado de Resultados de esta cuenta, se muestra que en el año 2010 representa el 9.48% del total de las ventas, en el 2011 representa el 10.13% y en el 2012 el 12.93%. Si bien es cierto los gastos son constantes las ventas disminuyen, esto ocasiona el aumento porcentual de los gastos administrativos.

Gastos de Ventas.- En el análisis vertical del estado de resultados de esta cuenta se muestra que en el año 2010 representa el 10.46% del total de ventas, en el 2011 el 11.18% y en el 2012 el 14.27%; esto significa que debido a la baja demanda, se incrementa porcentualmente los gastos de ventas.

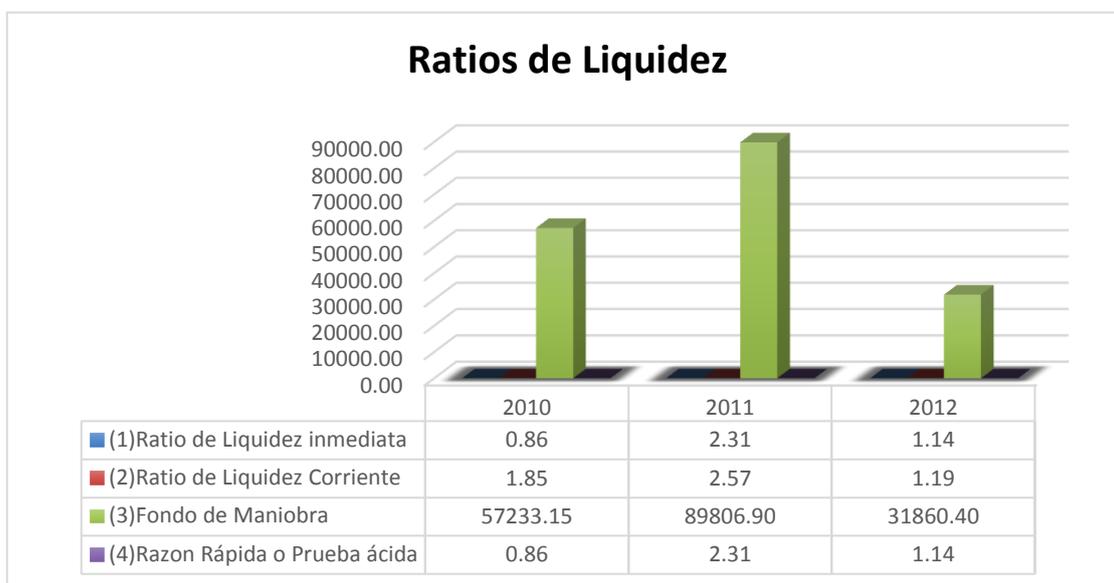
Utilidad operativa.-En el análisis Vertical del Estado de Resultados de esta cuenta se muestra en el año 2010 representa el 11.13% del total de las ventas, en el 2011 el 6.92% y en el 2012 un valor negativo de 4.48%.

Impuesto a la Renta.- En el análisis Vertical del Estado de Resultados de esta cuenta se muestra que en el año 2010 representa el 3.34%, en el 2011 el 2.08% y en el 2012 no se deduce el impuesto debido a que surge una pérdida.

Utilidad después de impuestos.- En el análisis vertical del Estado de Resultados de esta cuenta se muestra en el año 2010 representa el 7.70% del total de las ventas, en el 2011 el 4.85% y en el 2012 una variación negativa de 4.48%.

5.5. Análisis Financiero – Ratios

Gráfico N°16



Fuente: Elaboración Expositoras

Ratio de Liquidez Inmediata: Según el Grafico N° 16, indica en el año 2010 contamos con el 86% de liquidez para operar sin recurrir a los flujos de ventas, para el 2011 con 231% de liquidez y para el 2012 con 114% de liquidez.

“Por cada nuevo sol de deuda, tenemos 0.86 céntimos de efectivo para pagarla en el año 2010”

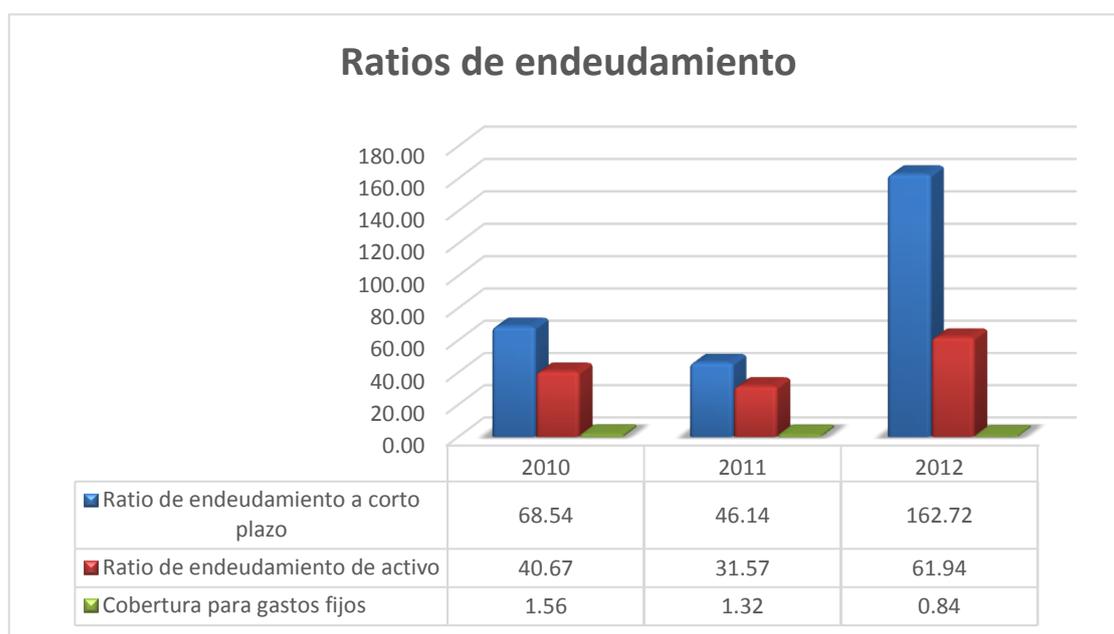
Ratio de Liquidez Corriente: Según el gráfico N° 16, indica que en el año 2010 el activo corriente es 1.87 veces más grande que el pasivo corriente o por cada sol de deuda la empresa cuenta con S/1.85 para pagarla. En el 2011 el activo corriente es 2.57 más grande que el pasivo corriente; y en el 2012 1.19 veces más.

Fondo de Maniobra: Según grafico N° 16, indica que en el año 2010 el valor del capital de trabajo de la empresa Glamour Salón y Spa fue de S/. 57 233.15, en el 2011 fue de S/. 89 806.90 y en el 2012 de S/. 31 860.40

Prueba Ácida: Según Grafico N°16, indica que en el año 2010 el activo corriente es 0.86 veces más grande que el pasivo corriente, en el 2011 2.31 veces más y en el 2012 1.14 veces más. Nos indica que la empresa puede solventar sus gastos, descontando los inventarios por ser menos líquidos, es decir por cada sol de deuda se tiene en el caso del año 2010 S/.0.86 céntimos para pagar las deudas a corto plazo.

Ratios de endeudamiento

Gráfico N°17



Fuente: Elaboración Expositoras

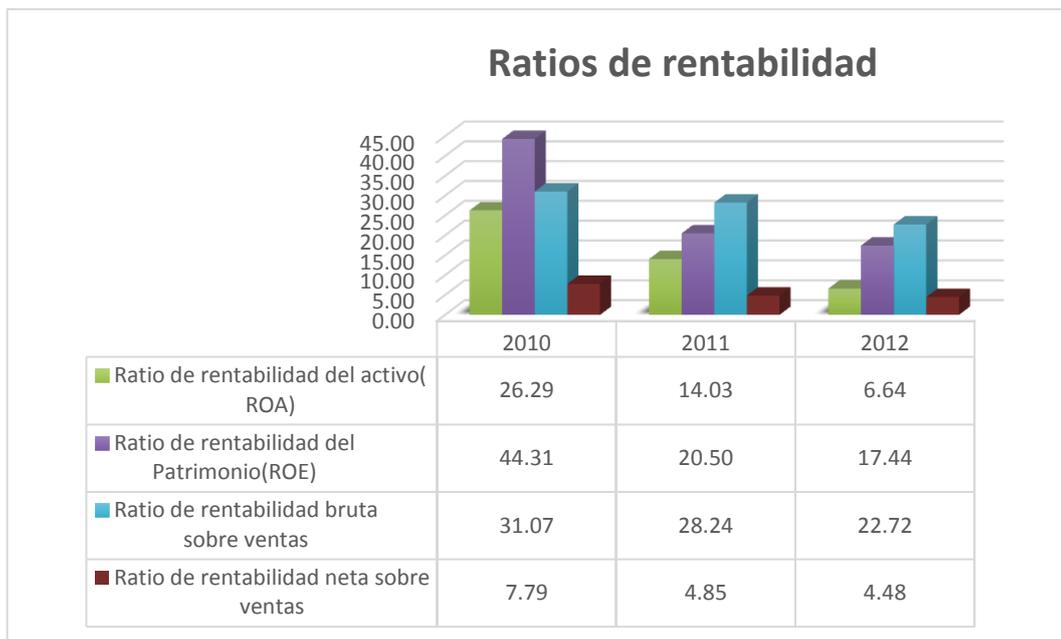
Ratio de endeudamiento a corto plazo: Según Grafico N°17, indica en el año 2010, que por cada sol aportado por los dueños hay S/.68.54 aportado por los acreedores, en el 2011 por cada sol hay S/46.14 aportado por los acreedores; y en el 2012 por cada sol hay S/. 162.72 aportados por terceros.

Ratio de endeudamiento del activo: Según grafico N°17, en nuestra empresa analizada para el 2010, el 40.67% de los activos totales está financiado por los acreedores, en el 2011 sería solo el 31.57% y en el 2012 el 61.94%.

Cobertura por gastos Fijos: Según Grafico N°17, en el año 2010 por cada sol de utilidad tiene S/ 1.56 para cubrir los gastos fijos, en el 2011 tiene S/. 1.32 y en el 2012 tiene S/. 0.84 céntimos.

Ratios de Rentabilidad

Gráfico N°18



Fuente: Elaboración Investigadoras

Ratio de Rentabilidad del Activo (ROA): según el Gráfico N°18, la rentabilidad por el uso de los activos es de 26.29% en el año 2010, para el año 2011 es de 14.03% y para el 2012 hay una disminución de 6.64%.

Ratio de Rentabilidad del Patrimonio (ROE): según el Grafico N° 18, este ratio mide el rendimiento de los aportes de los dueños o accionistas de la empresa, sin tomar en cuenta si se paga o no dividendos, que para este caso es de 44.31% en el 2010, en el 2011 es de 20.5% y en el 2012 una baja de 17.44%.

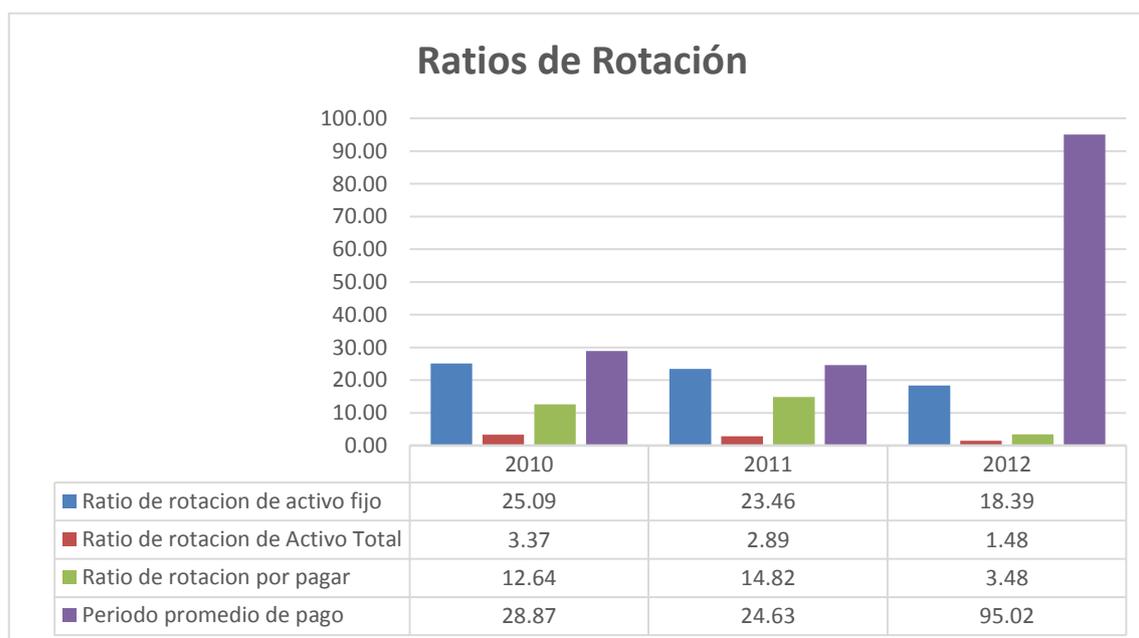
Ratio de Rentabilidad Bruta sobre Ventas: Según el grafico N°18, hay un margen de utilidad a las ventas realizadas del 31.07% en el año 2010; es decir por cada sol de ventas

hay un margen de ganancia de S/31.07. Para el 2011 del 28.24% y para el 2012 del 22.72%.

Ratio de Rentabilidad Neta sobre Ventas: Según gráfico N°18, por las ventas realizadas se obtiene el 7.79% de utilidad neta en el 2010, en el 2011 el 4.85% y en el 2012 una pérdida de 4.48%. Nos muestra el rendimiento después de impuestos de las ventas del negocio, en nuestro caso son muy bajos.

Ratios de Rotación

Gráfico N°19



Fuente: Elaboración Investigadoras

Ratios de rotación de Activos fijos: Según gráfico N°19, indica que el activo fijo a rotado 25.09 veces en el año 2010; en el 2011, 23.46 veces y en el 2012, 18.39 veces. Esto nos indica la eficiencia y el uso de nuestra inversión en maquinaria, equipos con un alto valor y por ende indica no existe maquinaria obsoleta.

Rotación de Activos Totales: Según Gráfico N°19, la empresa ha rotado sus activos totales 3.37 veces en el año 2010, en el 2011 2.89 veces y en el 2012 1.48 veces; para dar

lugar a este nivel de ventas de S/.561 000.00, S/.525 456.50 y S/.411 815.00 respectivamente.

Rotación de Cuentas por Pagar: Según Grafico N°19, significa que en el año 2010 se ha rotado las cuentas por pagar 12.64 veces; en el 2011, 14.82 veces y en el 2012, 3.84 veces. El ratio mide el número de veces promedio de cobro de los créditos que la empresa pide a sus proveedores.

Periodo promedio de pago: Según Grafico N°19, la empresa hace sus pagos a proveedores en promedio a 28.87 días en el año 2010. Y en el 2011 y 2012, a 24.63 y 95.02 días respectivamente.

Después de haber presentado el análisis por ratios hemos concluido en lo siguiente:

- La capacidad del activo fijo decae año a año, según el ratio de rotación de activo fijo, en el último año solo se logra recuperar del total invertido un 18.39%, esto es preocupante ya que estamos hablando de menos de la cuarta parte que se logra recuperar, debemos tomar en cuenta que existe equipos caros que aumentan el valor depreciado al año y por ende reducirán la utilidad.
- Nuestros activos no son altamente productivos para generar ventas, según el ratio de rotación de activos, puesto que en el primer año los activos rotan solo 3.37 veces esto significa que durante este ejercicio los activos tardan 106 días en convertirse en efectivo. Esta situación empeora en el año 2012, ya que solo rotan 1.48 veces.
- Conserva un índice constante de liquidez según el ratio de liquidez absoluta. Esto quiere decir que frente a sus obligaciones de corto plazo la empresa en el año 2010 la empresa puede cumplir con estas en un periodo menor a un año con índice de 0.86. Y lo que mejora progresivamente en los dos años siguientes
- Los activos circulantes superan ampliamente los pasivos circulantes en todos los periodos según el ratio de liquidez corriente, pero este relativo aumento que se presentó sobretodo en el año 2011 con un índice de 2.57, además de representar holgura financiera puede estar ligado a un exceso de capitales inaplicados que influyen negativamente en la rentabilidad de la empresa.

- Nuestro Fondo de Maniobra indica que en los años 2010 y 2011 tenemos suficiente disponible para hacer frente a las deudas de corto plazo, es decir cuenta con un gran margen de seguridad, pero un excesivo fondo ocasiona la baja rentabilidad del negocio. Esto se puede traducir en el destino de recursos a largo plazo que aportan muy poca rentabilidad al negocio.
- Colocamos en el mercado 25.09 veces el valor del activo fijo en el año 2010, si bien es cierto que se obtiene un óptimo resultado, logrando recuperar la cuarta parte de la inversión inicial en el primer año; no sucede lo mismo en los siguientes dos ejercicios ya que decae en -6.64%. Según el ratio de rentabilidad del activo fijo.
- La empresa cuenta con mucha liquidez para cubrir 37 días de ventas en el año 2010, y en los siguientes años se mantiene esta tendencia llegando a aumentar en el último periodo 4.57 veces según ratio de rotación de efectivo y equivalentes de efectivo.
- El negocio tarda en pagar 29 días sus obligaciones a los proveedores en el año 2010, en el 2011 disminuye este periodo de días, pero en el 2012 nuevamente aumenta a 95 días; lo que nos indica el comportamiento del capital de trabajo.

CAPÍTULO VI
PROPUESTA DEL PLAN
FINANCIERO

En el presente capítulo se presentan los análisis realizados para evaluar, desde una perspectiva financiera, la conveniencia de la implementación del servicio de Suite de Novia. Las proyecciones fueron realizadas tomando como base un horizonte temporal de tres años.

Este servicio de Suite de Novia, es un gran atractivo para el público femenino, esto se sustenta en base a encuestas realizadas a este nicho de mercado. El paquete de servicios de Suite de Novia tendrá un precio de S/.639 .00 y consta de:

- Limpieza Facial Profunda
- Tips Acrílicos con Diseño
- Pedicure con Diseño
- Maquillaje indeleble
- Ampolla Antitranspirante y Sellador de Maquillaje
- Maquillaje de Escote
- Colocación de Tocado
- Pestañas 1 x 1
- Peinado Final
- Asistencia de Vestuario

6.1 Inversiones

La inversión necesaria para implementar el servicio de Suite de Novia en el Semestre II – 2013, es de S/.20,658.00. Prácticamente más de la mitad de ese monto, exactamente el 66%, estará destinado a los costos fijos como son: luz, agua y alquiler de habitación adicional; S/.3,688.00, que es el 18% estarán destinados a la compra de muebles y enseres tales como: Escritorios, sillones, espejos empotrados, etc. El costo de Materia Prima asciende a S/.856.00 que representa el 4% del total. La planilla al igual que Maquinaria y Equipo representa el 5%; por último, completa la inversión el 3% que lo representa Herramientas y Utensilios.

El costo detallado de cada una de las partidas, puede ser observado en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 03 Detalle de inversión del Servicio Suite de Novia

	MONTO (S/.)	PORCENTAJE (%)
TOTAL MATERIA PRIMA	S/.856.00	4%
TOTAL MUEBLES ENSERES	S/.3688.00	18%
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO	S/.930.00	5%
TOTAL HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS	S/.616.00	3%
TOTAL COSTO FIJO	S/.13 560.00	66%
TOTAL PLANILLA	S/.1 008.00	5%
TOTAL INVERSION	S/.20 658.00	100%

Estos costos están estimados sobre la demanda creciente de los próximos 5 Semestres, desde el Semestre II-2013 al Semestre II 2015.

6.2 Demanda

La demanda dirigida al servicio adicional se ha calculado en base a una cantidad de demanda semejante a otras empresas como: Lia Mont Urban Spa y Rouse Spa, que ofrecen el mismo servicio con la misma cantidad de equipamiento, distribución de ambientes, etc.

En el cuadro que se muestra a continuación se presenta la demanda dirigida y se ha recurrido a las ventas actuales de dos negocios cuyos locales se encuentran en el área de operación del negocio y de la competencia, y donde se encuentran las clientas potenciales a las cuales se va a ofrecer el servicio de Suite de Novia; se toman cantidades similares para nuestra futura venta del servicio y en su proyección se ha tomado una tasa de crecimiento de 23%.

Cuadro N° 04 Estimación de la demanda

Ventas Proyectadas	Semestre II-2013	Semestre I-2014	Semestre II -2014	Semestre I – 2015	Semestre II-2015
Unidades semestrales	48	54	66	84	108
Variación Porcentual		13%	22%	27%	29%
Variación Promedio	23%				

6.3 Estructura del Financiamiento

La financiación de los activos fijos e intangibles previamente mencionados en cuadro N°04, se realiza a través del aporte propio de los socios, lo cual se verifica en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 05 Detalle de los aportes de los Socios

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	MONTO(S/.)	PORCENTAJE %
APORTE SOCIO A	S/. 13,550.00	66%
APORTE SOCIO B	S/. 7,108.00	34%
TOTAL	S/. 20,658.00	100%

6.4 Estados Financieros Proyectados

6.4.1 Flujo de Efectivo del servicio Suite de Novia

En este punto se detalla el Estado de Flujo de Efectivo de la Suite de Novia proyectados para un horizonte temporal de 3 años.

Cuadro N° 06 Flujo de Efectivo del Servicio Suite de Novia

DESCRIPCIÓN	Semestre II-2013	Semestre I-2014	Semestre II -2014	Semestre I – 2015	Semestre II-2015
INGRESOS					
SALDO INICIAL		S/. 520.06	S/. 9,521.09	S/. 23,252.52	S/. 44,492.81
VENTAS	S/. 30,672.00	S/. 34,506.00	S/. 42,174.00	S/. 53,676.00	S/. 69,012.00
TOTAL INGRESOS	S/. 30,672.00	S/. 35,026.06	S/. 51,695.09	S/. 76,928.52	S/.113,504.81
EGRESOS					
COMPRA DE MUEBLES Y ENSERES	4,773.00				
COMPRA DE INMUEBLES MAQ. Y EQUIPO	S/. 930.00				
COMPRA DE SUMINISTROS	S/. 10,272.00	S/. 11,556.00	S/. 14,124.00	S/. 17,976.00	S/. 23,112.00
COMPRA DE UTENSILIOS	S/. 1,478.40	S/. 1,663.20	S/. 2,032.80	S/. 2,587.20	S/. 3,326.40
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 2,400.00				
SERVICIOS PUBLICOS	S/. 780.00				
ALQUILER DE LOCAL	S/. 6,000.00				
SERVICIOS DE LIMPIEZA					
UTILES DE ESCRITORIO					
SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN					
PUBLICIDAD					
SEGUROS PAGADOS					
IMPUESTOS	S/. 3,518.54	S/. 3,105.77	S/. 3,105.77	S/. 2,692.50	S/. 2,692.50
TOTAL EGRESOS	S/. 30,151.94	S/. 25,504.97	S/. 28,442.57	S/. 32,435.70	S/. 38,310.90
SALDO FLUJO DE EFECTIVO	S/. 520.06	S/. 9,521.09	S/. 23,252.52	S/. 44,492.81	S/. 75,193.91

Podemos apreciar que el volumen de ventas acumulado asciende a S/. 230 040.00. Para el segundo semestre del ejercicio económico 2013 se tiene planificado realizar inversiones en adquisición de bienes muebles y equipos los cuales ascienden a S/. 5 703.00

Las adquisiciones de materiales, suministros, insumos y utensilios utilizados en la prestación del servicio de Suite de Novia, de manera acumulada ascienden a S/. 88 128.00. Dichos bienes conformara el costo de prestación del servicio en la parte que sean utilizados.

Como una erogación de efectivo constante se muestra el alquiler del local, el cual asciende a S/. 6 000. Ello representa un Costo Fijo asignado a la prestación del servicio.

La carga tributaria estimada acumulada asciende a S/. 15 115.09. Este rubro representa las acreencias que tendría la organización con el Estado. Es un punto crucial debido a que dichas obligaciones fiscales deben ser canceladas de acuerdo al Cronograma de Obligaciones Tributarias, según el último dígito del Registro Único de Comprobantes de Pago establecido por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria- SUNAT. El cumplimiento puntual de los pasivos fiscales evitaran futuras contingencias o reparos tributarios onerosos y procesos contenciosos tributarios, entiéndase por ellos, recurso de reclamación o apelación ante el Tribunal Fiscal.

El Total de erogaciones de efectivo acumulado asciende a S/. 154 846.09.

Respecto a la incidencia en el manejo del recurso financiero del Servicio de Suite de Novia, podemos apreciar que el saldo de flujo de efectivo al cabo del semestre 2015-II asciende a S/. 75 193.91

El Valor Actual Neto-VAN es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. El Valor Actual Neto Estimado del servicio de Suite de Novia asciende a S/. 123 407.00

La Tasa Interna de Retorno es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, implica el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". La Tasa Interna de Retorno - TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un

proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. La Tasa Interna de Retorno Estimado del servicio de Suite de Novia asciende a 77%.

6.4.2 Variaciones del Plan Financiero considerando el Servicio de Suite de Novia

Considerando el servicio de suite de novia, se obtienen los siguientes resultados:

Cuadro N° 07-Flujo de Efectivo Proyectado con el Servicio de suite de Novia

DESCRIPCIÓN	Semestre II- 2013	Semestre I- 2014	Semestre II - 2014	Semestre I - 2015	Semestre II- 2015
INGRESOS					
SALDO INICIAL	S/. 17,829.40	S/. -2,098.06	S/. 20,711.30	S/. 16,480.28	S/. 54,157.48
VENTAS	S/. 213,504.44	S/. 218,397.36	S/. 227,124.28	S/. 239,685.20	S/. 256,080.12
TOTAL INGRESOS	S/. 231,333.85	S/. 216,299.31	S/. 247,835.58	S/. 256,165.48	S/. 310,237.59
EGRESOS					
GASTOS de CONSTITUCIÓN					
COMPRA DE MUEBLES Y ENSERES	S/. 4,773.00				
COMPRA DE INMUEBLES MAQ. Y EQUIPO	S/. 930.00				
COMPRA DE SUMINISTROS	S/. 73,965.12	S/. 75,249.12	S/. 77,817.12	S/. 81,669.12	S/. 86,805.12
COMPRA DE UTENSILIOS	S/. 1,644.90		S/. 2,199.30		S/. 3,492.90
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 17,655.30				
SERVICIOS PUBLICOS	S/. 8,568.00	S/. 7,788.00	S/. 7,788.00	S/. 7,788.00	S/. 7,788.00
ALQUILER DE LOCAL	S/. 14,250.00				
SERVICIOS DE LIMPIEZA	S/. 8,094.00				
UTILES DE ESCRITORIO	S/. 1,440.00				
SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN	S/. 13,241.10				
PUBLICIDAD	S/. 10,800.00	S/. 4,800.00	S/. 10,800.00	S/. 4,800.00	S/. 10,800.00
SEGUROS PAGADOS	S/. 25,000.00		S/. 25,000.00		S/. 25,000.00
IMPUESTOS	S/. 33,015.18				
TOTAL EGRESOS	S/. 233,431.90	S/. 195,588.00	S/. 231,355.30	S/. 202,008.00	S/. 241,636.90
SALDO FLUJO DE EFECTIVO	S/. -2,098.06	S/. 20,711.30	S/. 16,480.28	S/. 54,157.48	S/. 68,600.69

El Volumen de Ventas acumulado asciende a S/.1'154,791.40. Se ha considerado en el segundo semestre del 2013, la adquisición de bienes muebles y equipos utilizables en la prestación de servicios ascendente a S/.5,703.00.

La adquisición de materiales, suministros, insumos y utensilios necesarios para la prestación de servicios acumulado asciende a S/. 402 842.69.

La carga tributaria estimada asciende a S/.165 075.92. Las erogaciones de efectivo acumulado ascienden a S/.1'104 020.11 Al final del semestre 2015-II se prevé que obtenga un saldo de efectivo ascendente a S/.157 851.69.

El Valor Actual Neto estimado es de S/.124 681.00

La Tasa Interna de Retorno asciende a 74%

6.4.3 Flujo de Efectivo Proyectado del Semestre II-2013 al Semestre II-2015 sin considerar el Servicio de Suite de Novia

Aquí se hace la proyección, sin tener en cuenta el servicio adicional.

Cuadro n° 08-Flujo de Efectivo sin considerar el nuevo servicio de Suite de Novia

DESCRIPCIÓN	Semestre II-2013	Semestre I-2014	Semestre II -2014	Semestre I -2015	Semestre II-2015
INGRESOS					
SALDO INICIAL	S/. 20,819.94	S/. 372.42	S/. 11,571.05	S/. -7,171.40	S/. 5,731.81
VENTAS	S/. 182,832.44	S/. 183,891.36	S/. 184,950.28	S/. 186,009.20	S/. 187,068.12
TOTAL INGRESOS	S/. 203,652.39	S/. 184,263.79	S/. 196,521.33	S/. 178,837.80	S/. 192,799.92
EGRESOS					
GASTOS de CONSTITUCIÓN					
COMPRA DE MUEBLES Y ENSERES					
COMPRA DE INMUEBLES MAQ. Y EQUIPO					
COMPRA DE SUMINISTROS	S/. 63,693.12	S/. 63,693.12	S/. 63,693.12	S/. 63,693.12	S/. 63,693.12
COMPRA DE UTENSILIOS	S/. 166.50	S/. 166.50	S/. 166.50	S/. 166.50	S/. 166.50
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 17,655.30	S/. 17,655.30	S/. 17,655.30	S/. 17,655.30	S/. 17,655.30

SERVICIOS PUBLICOS	S/. 7,788.00				
ALQUILER DE LOCAL	S/. 8,250.00				
SERVICIOS DE LIMPIEZA	S/. 8,094.00				
UTILES DE ESCRITORIO	S/. 1,440.00				
SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN	S/. 13,241.10				
PUBLICIDAD	S/. 10,800.00	S/. 4,800.00	S/. 10,800.00	S/. 4,800.00	S/. 10,800.00
SEGUROS PAGADOS	S/. 25,000.00		S/. 25,000.00		S/. 25,000.00
IMPUESTOS	S/. 29,496.64	S/. 29,909.41	S/. 29,909.41	S/. 30,322.68	S/. 30,322.68
TOTAL EGRESOS	S/. 203,279.96	S/. 172,692.73	S/. 203,692.73	S/. 173,106.00	S/. 204,106.00
SALDO FLUJO DE EFECTIVO	S/. 372.42	S/. 11,571.05	S/. -7,171.40	S/. 5,731.81	S/. -11,306.08

El Volumen de Ventas acumulado asciende a S/.924 751.40. No se aprecia que haya considerado la inversión en bienes muebles o de equipos utilizables en la prestación de servicios.

La adquisición de materiales, suministros, insumos y utensilios necesarios para la prestación de servicios acumulado asciende a S/.319 298.09.

La carga tributaria estimada asciende a S/.149 960.83. Las erogaciones de efectivo acumulado ascienden a S/.956 877.42 Al final del semestre 2015-II se prevé que obtenga un saldo de efectivo ascendente S/.5107.00.

El Valor Actual Neto estimado es de S/.50 456.00

La Tasa Interna de Retorno asciende a 37% .

6.4.4 Comportamiento del índices de evaluación del Proyectos de Inversión: Valor Actual Neto- VAN y Tasa Interna de Retorno –TIR.

Cuadro n° 09 Comparación de los índices de Evaluación

DETALLE	SIN SUITE NOVIA	CON SUITE NOVIA	VARIACIÓN FAVORABLE
VAN	S/.50 456.00	S/.124 681.00	S/.74 225.00
TIR	37%	74%	37%

Respecto de los resultados expuestos se puede apreciar que los Valores Presentes de los flujos de efectivo originados por la inversión en el Servicio Suite de Novia han sido favorables obteniéndose una VAN de S/. 124 681.00 y un incremento de S/.74 225.00

Acerca de la Tasa Interna de Retorno–TIR podemos apreciar que el indicador de rentabilidad se ve incrementado en un 37%.

Por todo lo expuesto, podemos concluir que el proyecto de incluir el servicio de Suite Novia es favorable desde el aspecto financiero y económico. En consecuencia es viable y sostenible en el tiempo. Por lo cual este equipo de investigadoras fundamenta su aplicación y viabilidad en el corto y mediano plazo.

6.4.5. ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE UN PLAN FINANCIERO PARA GLAMOUR SALON Y SPA DE LA CIUDAD DE TRUJILLO.

La propuesta del Plan financiero se realizó de acuerdo a los lineamientos planteados por: Tanaka Nakasone Gustavo en su publicación sobre el Análisis a los Estados Financieros para la toma de Decisiones, en el cual menciona que la estructura para elaborar un Plan Financiero es empezando por el análisis de costos en la elaboración del producto o desarrollo del servicio, seguido por los gastos operativos, de administración y ventas, depreciación de los activos, programa de financiamiento, y la elaboración posterior de los estados financieros; todo ello se realiza con la finalidad de mantener un crecimiento

sostenible en cuanto a la rentabilidad de la empresa, para lo cual y luego de su desarrollo se constata y acepta la hipótesis, ya que analizando las proyecciones se obtiene un VAN positivo con un retorno de la inversión de S/.124 681.00. Es decir mediante la realización de este plan se obtiene un crecimiento sostenible, se demuestra que la ventas incrementan en un 22.5% es decir se obtiene una cifra acumulada de S/. 1 154 791.40 en comparación de la cifra de S/. 924 751.40 que son las ventas en caso no se implemente el nuevo servicio.

El Plan financiero, aplica para todo tipo de empresas que requiere plasmar un crecimiento o consolidación en cifras.

El plan financiero es el resumen de lo presupuestado con base en el estudio de los estados financieros, por lo tanto se convierte en la manera más ágil de tomar decisiones sobre la marcha de lo que debe ser la orientación del negocio y si es el caso la redefinición de la estrategia.

El plan financiero es el mapa que guiará a la empresa Glamour Salón y Spa. Por ello, reúne toda la información necesaria que evalúa un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha.

Este plan financiero permite a Glamour Salón y Spa, identificar cuánto es lo que realmente necesita como inversión para reflotar el negocio, saber cuánto dinero necesita en caja para que no se acumule efectivo, que puede traer como consecuencia la baja rentabilidad.

Así también identificamos cuantos recursos (personal, material, stock, servicios, etc.) necesitamos para brindar este nuevo servicio de Suite de Novia y como pueden variar estas necesidades a lo largo de tres años.

Además nos da una idea del potencial de la implementación de este servicio; es decir, con las proyecciones realizadas se comprueba que hay un creciente ingreso y se mantiene a un nivel que permite un beneficio constante.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

1. La Empresa Glamour Salón Y Spa, dedicada al rubro de la belleza y salud corporal muestra un comportamiento poco favorable respecto a su demanda la cual decrece en 6% y 21% en el 2011 y 2012 respectivamente, debido a la baja demanda y el aumento de sus competidores .Es en este último año donde se ha originado una pérdida que asciende a S/. 18 449. 00.

2. Del análisis de los Estados Financiero se puede apreciar en el Balance general de los ejercicios económicos 2010, 2011 y 2012, la cuenta de Efectivo y Equivalente de Efectivo tiene un incremento sostenible, favorable en las finanzas de la organización.

En Suministros se observa en el 2010 que hay una excesiva adquisición, se corre el riesgo de obsolescencia, pudiéndose incurrir en pérdida.

En los pasivos, las cuentas por pagar en el 2012 representan aproximadamente el 60% del total pasivo, lo que nos muestra un alto grado de apalancamiento financiero.

En el Estado de Resultados del 2012, el costo de ventas representa un valor de 77.28% del total de ventas, pero lo más preocupante es la pérdida que asciende a S/. 18,449.00, ocasionado por la caída de ventas.

3. Se diseña el Plan Financiero para la Empresa Glamour Salón y Spa tomando un horizonte temporal de tres años, considerando una inversión inicial de S/. 20 658.00, un incremento de la demanda de 23 % y ofreciendo el servicio de Suite de Novia a un precio de S/. 639.00, con lo cual se obtienen cifras favorables en ventas acumuladas, exactamente de S/. 1'154 791.40.

4. Luego de aplicada la propuesta del Plan Financiero se aprecia el crecimiento sostenible de la Empresa Glamour Salón y Spa según el análisis financiero y arroja un VAN positivo de S/.124 681.00 lo que representa un incremento de S/.74 225.00 el cual indica que la propuesta genera rentabilidad en el periodo de tiempo propuesto y sustenta el crecimiento de la empresa.

7.2. RECOMENDACIONES

1.- Implementar el servicio de Suite de Novia de esta manera se incrementaría la demanda y por ende se generarían mayores ganancias.

2.- El excesivo crecimiento de la cuenta Efectivo y equivalente de efectivo puede invertirse en la implementación del servicio Suite de novia, y así destinaríamos recursos que contribuyen a la rentabilidad del negocio.

Respecto al control en el proceso de compras, evaluar éste con el objetivo de minimizar costos de ingresos al almacén de suministros diversos ya que se verifica una excesiva compra en el primer periodo 2010.

Aplicar una reducción del excesivo endeudamiento a corto plazo, actividad que permitirá medir y controlar el rendimiento empresarial.

3.- Implementar el servicio de Suite de Novia para mejorar la rentabilidad del negocio; demostrada con el incremento de los ingresos en un 23% .Justamente este plan financiero ayuda considerablemente a tomar decisiones acertadas y evaluar procesos, realizarlo es necesario y útil ya que se puede definir como una herramienta empresarial que sirve para la cuantificación y seguimiento de los objetivos a conseguir; ayuda en la toma de decisiones de inversión y financiación. Además nos sirve para conocer el valor de la empresa, los beneficios que se esperan y el volumen de ventas, gastos e ingresos.

4.- Ya demostrado los resultados positivos de esta propuesta, se sugiere mantener este Plan Financiero y extender su horizonte temporal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias Bibliográficas

1. **Alva, M** (2013). “Manual Práctico del Impuesto General a las Ventas”. (1era Edición). Perú: Pacífico Editores S.A.C.
2. **Amat, O** (2002). “Análisis de Estados Financieros”. (1era Edición) Perú: Editorial. Gestión.
3. **Breitner, L.** (2010). “Contabilidad Financiera. Presentación de los números a los inversores”. Barcelona: Bresca Editorial, SL.
4. **Brigham, E. F. Y Houston, J. F.** (2005) “Fundamentos de la gestión financiera. Escuela de negocios”. (Doceava Edición) Editorial Paperback.
5. **Cueva, D.** (2005). “Contabilidad y Finanzas para no Contadores”. (1era Edición). Editorial Limusa. S.A. de CV. Grupo Noriega Editores. Balderas 95. México. DF.
6. **Fernández, A y Muñoz, M.** (1997). “Contabilidad de gestión y excelencia empresarial”. Barcelona: Editorial Ariel S.A.
7. **Flores, J.** (2009)- Estados Financieros: Teoría y Práctica. (1era Edición). Perú: Editorial Pacífico.
8. **Franco, P.** “Evaluación de los Estados Financieros”. Edit. Universidad del Pacífico. Ed. 3°. Perú.
9. **Hernández, R. y Fernández, C.** (1998). “Metodología de la Investigación”. (2da.edición). México: Mc Graw Hill.
10. **Horngren, C. Y Sundem, G.** (2000). Los Estados Financieros y su importancia en la Toma de Decisiones. Edic. 2

11. **Lawrence J. Gitman, Y Núñez R.** Principios de Administración Financiera. Pearson Educación, 2007.
12. **Lawrence J. Gitman, Michael D. Joehnk.** Fundamentos de Inversiones. Pearson Educación, 2005.
13. **Montesinos, V** (2007) “Introducción a la Contabilidad Financiera”. EDIT. ARIEL. ED. 4°.
14. **Mora, A.** (2007). “Matemáticas Financieras”. (2da edición). Colombia: Alfaomega Grupo editor S.A.
15. **Oliver, E.** (2012). “El proyecto de investigación y Tesis”. Escuela de Contabilidad - UNT.
16. **Tanaka, G.** Análisis a los Estados Financieros para la toma de decisiones. Pág. 245.

Linkografía

1. http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=EaDovpo6HF4C&oi=fnd&pg=PA95&dq=definicion+de+analisis+vertical&ots=_v4MT3EAp_&sig=0cjATMPCFr6Tm mKINfEF4I1kS6U#v=onepage&q=analisis%20vertical&f=false ; extraído el 20 de Agosto del 2013 a las 4.00 pm
2. http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=EaDovpo6HF4C&oi=fnd&pg=PA95&dq=definicion+de+analisis+vertical&ots=_v4MT3EAp_&sig=0cjATMPCFr6Tm mKINfEF4I1kS6U#v=onepage&q=analisis%20vertical&f=false ; extraído el 18 de agosto del 2013 a las 7.30 pm

3. Web:<http://es.scribd.com/doc/32127519/CRECIMIENTO-Y-DESARROLLO-ECONOMICO-EN-EL-PERU>; extraído el viernes 23 de agosto del 2013 a las 6:00 pm.
4. Web:<http://www.econlink.com.ar/economia/crecimiento/crecimiento.shtml>; extraído el jueves 22 de agosto del 2013 a las 5:00 pm.
5. Web:<http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/no9/crecimiento%20y%20desarrollo.htm>; extraído el jueves 22 de agosto del 2013 a las 8:00 pm.
6. Web:<http://www.slideshare.net/jotaelece/desarrollo-y-crecimiento-econmico-presentation>; extraído el viernes 23 de agosto del 2013 a las 4:30 pm.

ANEXOS

Anexos

Detalle de la cuenta herramientas y utensilios:

Saldo inicial de utensilios del 2010

0

Adquisiciones de utensilios al 31/12/2010

Herramientas y utensilios de trabajo		COSTO
4	Bowl plástico para tinte	S/. 20.00
6	Mandil clientes	S/. 72.00
6	Toallas	S/. 86.00
3	Peines de distintas dimensiones	S/. 75.00
24	Guantes quirúrgicos	S/. 57.00
5	Peineta de tinte	S/. 37.00
3	Tijeras	S/. 76.00
3	Cepillos	S/. 130.00
2	Roceador de agua	S/. 44.00
1	Navaja para descargar el cabello	S/. 36.00
1	Rizador de plástico	S/. 39.00
2	esponjas de aplicación	S/. 47.00
1	necesar de plástico color negro	S/. 97.00
1	Set de Brochas Esika	S/. 59.00

2	Pulidores de uñas con piezas Hk56	S/. 89.00
1	Placas de diseño metálicas * 5 diseños	S/. 30.00
1	Placas de diseño metálicas* 9 diseños	S/. 46.00
1	Puntero plástico decorador	S/. 39.00
1	Estuche diseño c/pedrería 300 unid	S/. 90.00
2	Cortador de uña de pie de acero	S/. 40.00
3	Limas de madera 12unid	S/. 19.00
2	Pinza removedor de cutícula metálica	S/. 79.00
3	Pincel delgados para trazos angostos	S/. 69.00
2	Puntero metálico	S/. 80.00
2	Endurecedor de uña	S/. 90.00
6	Secador en spray	S/. 264.00
6	Lima de pie	S/. 85.00
2	Navaja para Pedicura	S/. 79.00
2	Pinzas de ceja	S/. 70.00
10	uniformes empleados	S/. 250.00
4	Sábanas de color blanco	S/. 282.00
15	Toallas para baño	S/. 270.00
12	Toallas para cabello	S/. 246.00

3	Batas de felpa	S/. 250.00
4	Binchas/collet	S/. 45.00
5	Pinza facial	S/. 159.00
6	Toallitas para Pedicura	S/. 38.00
12	Velas aromáticas de distintas formas	S/. 74.00
12	Cajas de incienso de diferentes aromas	S/. 82.00
12	Esponjas de crin	S/. 94.00
3	Piedras egipcias	S/. 359.00
12	sandalias simples de plástico	S/. 274.00
5	Revistas varias	S/. 176.00

TOTAL DE UTENSILIOS COMPRADOS S/.4,643.00

UTENSILIOS CONSUMIDOS AL 31/12/2010

4	Bowl plástico para tinte	S/. 20.00
6	Mandil clientes	S/. 72.00
6	Toallas	S/. 86.00
3	Peines de distintas dimensiones	S/. 75.00
24	Guantes quirúrgicos	S/. 57.00

5	Peineta de tinte	S/. 37.00
3	Tijeras	S/. 76.00
3	Cepillos	S/. 130.00
2	Rociador de agua	S/. 44.00
15	Toallas para baño	S/. 270.00
12	Toallas para cabello	S/. 246.00
3	Batas de felpa	S/. 250.00
4	Binchas/collet	S/. 45.00
5	Pinza facial	S/. 159.00
TOTAL CONSUMIDO		S/. 1,567.00

**INVENTARIO FINA DE UTENSILIUOS
AL 31/12/2010**

ADQUISICIONES	S/. 4,643.00
(-) TOTAL CONSUMO DE UTENSILIOS	S/. 1,567.00
SALDO DE UTENSILIOS	3,076.00

**SITUACION DE UTENSILIOS
EN EL AÑO DE 2011**

**INVENTARIO INICIAL DE
UTENSILIOS AL 01/12/2011**

3,076.00

**Adquisiciones de utensilios al
31/12/2011**

4	Bowl plástico para tinte	S/. 20.00
6	Mandil clientes	S/. 72.00
6	Toallas	S/.86.00
3	Peines de distintas dimensiones	S/.75.00
24	Guantes quirúrgicos	S/.57.00
5	Peineta de tinte	S/.37.00
3	Tijeras	S/.76.00
3	Cepillos	S/.130.00
2	Rociador de agua	S/.44.00
3	Batas de felpa	S/.250.00
4	Binchas/collet	S/.45.00
5	Pinza facial	S/.159.00
1	Navaja para descargar el cabello	S/.36.00
1	Rizador de plástico	S/.39.00
2	esponjas de aplicación	S/.47.00
TOTAL DE COMPRAS		S/. 1,689.00

TOTAL DE UTENSILIOS**4,765.00****UTENSILIOS CONSUMIDOS AL 31/12/2011**

15	Toallas para baño	S/.	270.00
12	Toallas para cabello	S/.	246.00
3	Batas de felpa	S/.	250.00
4	Binchas/collet	S/.	45.00
5	Pinza facial	S/.	159.00
6	Toallitas para Pedicura	S/.	38.00
12	Velas aromáticas de distintas formas	S/.	74.00
12	Cajas de incienso de diferentes aromas	S/.	82.00
12	Esponjas de crin	S/.	94.00
3	Piedras egipcias	S/.	359.00
12	sandalias simples de plástico	S/.	274.00
5	Revistas varias	S/.	176.00
TOTAL CONSUMIDO		S/.	2,067.00

INVENTARIO FINAL DE UTENSILIOS AL 31/12/2011

UTENSILIOS DISPONIBLES DURANTE EL EJERCICIO	S/. 4,765.00
(-)TOTAL CONSUMO DE UTENSILIOS	S/. 2,067.00
SALDO DE UTENSILIOS	S/. 2,698.00

**INVENTARIO INICIAL DE UTENSILIOS AL
01/12/2012**

2,698.00

Adquisiciones de utensilios al 31/12/2012

4	Binchas/collet	S/. 45.00
6	Toallitas para Pedicura	S/. 38.00
12	Velas aromáticas de distintas formas	S/. 74.00
12	Cajas de incienso de diferentes aromas	S/. 82.00
12	Esponjas de crin	S/. 94.00
TOTAL DE COMPRAS		S/. 333.00
TOTAL DE UTENSILIOS DISPONIBLES		S/.3,031.00

UTENSILIOS CONSUMIDOS AL 31/12/2011

15	Toallas para baño	S/.	270.00
12	Toallas para cabello	S/.	246.00
3	Batas de felpa	S/.	250.00
4	Binchas/collet	S/.	45.00
5	Pinza facial	S/.	159.00
12	Cajas de incienso de diferentes aromas	S/.	82.00
12	Esponjas de crin	S/.	94.00
3	Piedras egipcias	S/.	359.00
12	sandalias simples de plástico	S/.	274.00
5	Revistas varias	S/.	176.00
TOTAL CONSUMIDO		S/.	1,955.00

UTENSILIOS DISPONIBLES DURANTE EL EJERCICIO S/.3031.00

(-) TOTAL CONSUMO DE UTENSILIOS S/.1,955.00

SALDO DE UTENSILIOS **1,076.00**

Depreciación y Amortización

Valor Inicial %

Muebles Y Enseres	S/. 20,267.00	10.00%	S/. 2,026.70	S/. 2,026.70	S/. 2,026.70
Valor en libros de muebles y enseres			S/. 18,240.30	S/. 16,213.60	S/. 14,186.90
Maquinaria y equipo	S/. 22,394.00	20.00%	S/. 4,478.80	S/. 4,478.80	S/. 4,478.80
Valor en libros de maquinaria y equipo			S/. 17,915.20	S/. 13,436.40	S/. 8,957.60
TOTAL depreciación	S/. 42,661.00		S/. 6,505.50	S/. 6,505.50	S/. 6,505.50
Valor en libros total	S/. 42,661.00		S/. 36,155.50	S/. 29,650.00	S/. 23,144.50
Depreciación Acumulada			S/. 6,505.50	S/. 13,011.00	S/. 19,516.50

A continuación presentamos el cuadro de la demanda de todos los servicios en los años 2010,2011 y 2012.

Demanda Anual por Servicio	Año 1	Año 2	Año 3
Corte Cabello	1290	1317	1180
Tinte	1200	1150	950
Extensiones	230	186	150
Reacondicionamiento	150	150	120
Manicure	1000	1200	900
Pedicura	950	890	750

Maquillaje	180	203	170
Depilación Bozo	255	287	250
Depilación facial	75	84	60
Depilación axilas	250	200	140
Depilación brazos	150	169	120
Depilación media pierna	180	203	175
Depilación pierna completa	240	270	170
Sauna	1400	1200	900
Faciales	350	320	210
Exfoliaciones corporales	225	253	200
Tratamientos corporales	180	150	100
Day Spa	150	169	120
Total servicios al año	8455	8401	6665

Estado de resultados

Estado de Resultados	2010	2011	2012
Ventas	S/. 561,760.00	S/. 525,456.50	S/. 411,815.00
Costo de ventas	S/. 387,241.05	S/. 377,066.71	S/ 318,261.70
Utilidad Bruta	S/. 174,518.95	S/. 148,389.79	S/. 93,553.30
Gastos de Administración	S/. 53,246.48	S/. 53,246.48	S/. 53,246.48
Gastos de Ventas	S/. 58,755.83	S/. 58,755.83	S/. 58,755.83
Utilidad Operativa	S/. 62,516.65	S/. 36,387.49	S/. -18,449.00
Gastos Financieros	S/.	S/.	S/.
Utilidad	S/. 62,516.65	S/. 36,387.49	S/. 18,449.00
Impuesto a la Renta	S/. 18,755.00	S/. 10,916.25	
Utilidad después de impuestos	S/. 43,761.66	S/. 25,471.24	S/. -18,449.00

Flujo de efectivo						
PERIODO: DEL Semestre I-2010 al Semestre II-2012						
DESCRIPCIÓN	Semestre I-2010	Semestre II-2010	Semestre I-2011	Semestre II-2011	Semestre I-2012	Semestre II-2012
INGRESOS						
SALDO INICIAL	S/. 50,000.00	S/. 10,622.66	S/. 58,414.28	S/. 40,029.33	S/. 132,429.63	S/. 189,830.31
VENTAS	S/. 298,294.56	S/. 364,582.24	S/. 248,015.47	S/. 372,023.20	S/. 242,970.85	S/. 242,970.85
TOTAL INGRESOS	S/. 348,294.56	S/. 375,204.90	S/. 306,429.75	S/. 412,052.53	S/. 375,400.48	S/. 432,801.16
EGRESOS						
GASTOS DE CONSTITUCION	5,970.00					
COMPRA DE MUEBLES Y ENSERES	23,915.06					
COMPRA DE INMUEBLES MAQ. Y EQUIPO	26,424.92					
COMPRA DE Suministros	S/. 134,736.19	S/. 164,677.57	S/. 119,765.51	S/. 119,765.51	S/.21,231.04	S/.21,231.04
COMPRA DE UTENSILIOS	S/. 2,739.37	S/. 2,739.37	S/. 996.51	S/. 996.51	S/.166.50	S/.166.50
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 17,655.30	S/. 17,655.30	S/. 17,655.30	S/. 17,655.30	S/.17,655.30	S/.14,712.75
SERVICIOS PUBLICOS	S/. 29,445.72					
ALQUILER DE LOCAL	S/. 25,890.00					
SERVICIOS DE LIMPIEZA	S/. 13,566.00	S/.13,566.00				
UTILES DE ESCRITORIO	S/. 1,740.00					

SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN	S/. 13,241.10	S/. 13,241.10	S/. 13,241.10	S/. 3,241.10	S/. 13,241.10	S/. 11,034.25
SUELDOS DE VENTAS	S/. 17,655.30	S/. 17,655.30	S/. 17,655.30	S/. 17,655.30	S/. 17,655.30	S/. 14,712.75
PUBLICIDAD					S/. 4,800.00	S/. 21,600.00
SEGUROS PAGADOS						S/. 25,000.00
IMPUESTOS	S/. 24,692.94	S/. 30,180.26	S/. 26,444.98	S/. 39,667.47	S/. 40,179.21	S/. 57,690.12
AMORTIZACIÓN PRESTAMO						
TOTAL EGRESOS	S/. 337,671.90	S/. 316,790.62	S/.266,400.42	S/. 279,622.90	S/. 185,570.17	S/. 236,789.13
SALDO FLUJO DE EFECTIVO	S/. 10,622.66	S/. 58,414.28	S/. 40,029.33	S/. 132,429.63	S/. 189,830.31	S/. 196,012.02

ACTIVO FIJO	Costo
Muebles y enseres	
2 Lavatorio cabezal con asiento incorporado en unipiel	S/. 2,570.00
1 Modulo ayudante con 3 cajones y mesita en formiquex	S/. 730.00
3 Sillón simple para peluquería en color mostaza	S/. 537.00
2 Sillón para Pedicura con lavadero en melamine con unipiel	S/. 950.00
2 Mesa de manicure en formiquex	S/. 780.00
8 Silla mancora sin brazos color negro	S/. 739.00
12 Modular individual silueta color mostaza	S/. 3,100.00
4 Escritorios con bandeja + silla giratoria con brazos	S/. 650.00
5 Espejos empotrados de 1.15*56 cm	S/. 250.00
3 Tableros de melamine c/cajones	S/. 250.00

2 Mesitas	S/. 160.00
1 Lavatorio+ instalación	S/. 189.00
2 Tina de hidromasaje	S/. 3,158.00
2 puerta de vidrio	S/. 698.00
3 Vestidores	S/. 234.00
9 casilleros en melamine color cherry	S/. 225.00
2 sauna estándar para 4 personas	S/. 1,907.00
4 Armarios en melamine	S/. 1,800.00
3 duchas con cortinas de división	S/. 1,000.00
3 Camillas	S/. 340.00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES	S/. 20,267.00

Maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo	Costo
1 plancha tipo parrilla Miray	S/. 220.00
1 Calentador de agua Miray	S/. 80.00
1 Maquina de cortar Oster modelo FX562	S/. 570.00
1 Rizador spring marca Philips modelo RS234	S/. 405.00
1 Plancha Philips digital PD789	S/. 295.00
1 Vapor aéreo para cabello GD 128	S/. 707.00
2 Secadora para cabello Pracktica SC985	S/. 386.00
2 Epibell Centro Integral de Depilación definitiva	S/. 5,730.00
4 computadoras con accesorios Pentium 4	S/. 8,800.00

1 Vaporizador facial de ozono para mesa Renova	S/. 520.00
1 Alta frecuencia CEC con accesorios	S/. 1,311.00
1 calefactor eléctrico	S/. 1,513.00
2 Generador de vapor turco	S/. 1,857.00
Total Maquinaria y Equipo	S/. 22,394.00

Inversiones

Inversiones	Monto	% dep	Año 2010	Año 2011	Año 2012
	Valor Inicial	%			
Muebles Y Enseres	S/.20,267.00	10.00%	S/. 2,026.70	S/. 2,026.70	S/. 2,026.70
VL de MyE			S/.18,240.30	S/.16,213.60	S/.14,186.90
Maqui. y equipo	S/.22,394.00	20.00%	S/.4,478.80	S/. 4,478.80	S/. 4,478.80
VL de Maq.y Eq.			S/.17,915.20	S/. 13,436.40	S/. 8,957.60
TOTAL depreciación	S/.42,661.00		S/.6,505.50	S/. 6,505.50	S/. 6,505.50
Valor en libros total	S/.42,661.00		S/.36,155.50	S/.29,650.00	S/.23,144.50
Depreciación Acumulada			S/. 6,505.50	S/.13,011.00	S/.19,516.50

Intangibles Valor en Nuevos soles (S/.)

2º Inversión Intangible	valor en libros al 01/10/2010	Año2010	Año2011	Año2012
Constitución de la empresa	1150.00	115.00	115.00	115.00
Estudio de factibilidad	1550.00	155.00	155.00	155.00
Licencias, permisos, etc.	2150.00	215.00	215.00	215.00
Sistemas contables	1120.00	112.00	112.00	112.00
TOTAL DE AMORTIZACION ANUAL		597.00	597.00	597.00
Valor en Libros	5970.00	5373.00	4776.00	4179.00
Amortización Acumulada		597.00	1194.00	1791.00

Gastos de administración

Cargo	Costo Total Mensual
Gerente	S/. 1,711.10
Recepción (auxiliar administrativo)	S/. 723.00
Alquiler Local	S/. 1,314.00
Luz, Agua y Teléfono	S/. 500.00
Útiles de Aseo	S/. 112.00
Útiles de escritorio	S/. 50.00
Depreciación	S/. 27.11
Total	S/.4,437.21

Gasto de ventas y costos fijos

Cargo	Costo Total Mensual
Cajera	1100
Conserje	949
Útiles de aseo	650
Alquiler de Local	826
Luz, Agua y Teléfono	400
Útiles de escritorio	90
Depreciación	81.32
Publicidad	800.00
Total	S/.4,896

Costos Fijos	S/.
Luz, Lavandería Agua,	39,108
Alquiler Local	26,100
Útiles de aseo	6,600
Útiles de escritorio	1,800
Total	73,608

Estado de costos

	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012
Suministros CONSUMIDOS	267,906.05	257,231.71	198,538.70
MANO DE OBRA DIRECTA	38,955.60	38,955.60	38,955.60
UTENSILIOS CONSUMIDOS	1,567.00	2,067.00	1,955.00
DEPRECIACION	5,204.40	5,204.40	5,204.40
COSTOS FIJOS	73,608.00	73,608.00	73,608.00
TOTAL COSTO DE PRDOCUCION	387,241.05	377,066.71	318,261.70

Demanda

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3
Corte Cabello	17,415	17,780	15,930
Tinte	103,560	99,245	81,985
Extensiones	133,400	107,880	87,000
Reacondicionamiento	3,000	3,000	2,400
Exfoliaciones	22,500	25,300	20,000
Manicure	45,000	54,000	40,500
Pedicura	71,250	66,750	56,250
Maquillaje	4,500	5,075	4,250
Depilación Bozo	1,275	1,435	1,250
Depilación facial	450	504	360
Depilación axilas	1,250	1,000	700
Depilación brazos	1,800	2,028	1,440

Dep. media pierna	1,800	2,030	1,750
Dep. pierna completa	3,360	3,780	2,380
Sauna	70,000	60,000	45,000
Faciales	49,700	45,440	29,820
Tratamiento corporal	18,000	15,000	10,000
Day Spa	13,500	15,210	10,800
Total	561,760	525,457	411,815

Análisis vertical del balance general	2010	2011	2012
Efectivo y equivalente de Efectivo	35.09%	72.94%	70.53%
Materia prima	38.11%	6.61%	2.48%
Herramientas y utensilios de trabajo	1.85%	1.49%	0.39%
Total activo corriente	75.05%	81.04%	73.40%
MAQUINARIA Y EQUIPO	13.45%	12.33%	8.06%
MUEBLES Y ENSERES	12.18%	11.16%	7.29%
Intangibles	3.59%	3.29%	2.15%
TOTAL ACTIVO No CORRIENTE	29.22%	26.79%	15.50%
depreciación Acumulada	-3.91%	-7.17%	-7.02%
amortización Acumulada	-0.36%	-0.66%	-0.64%
Total depreciación y amortización Acumulada	-4.27%	-7.82%	-7.67%

Tributos por pagar	0.77%	0.71%	0.46%
Remuneraciones por pagar	3.09%	2.84%	1.85%
Cuentas por pagar – Comerciales	36.80%	28.03%	59.62%
TOTAL PASIVO	40.67%	31.57%	61.94%
CAPITAL	33.04%	30.29%	19.79%
UTILILIDAD ACUMULADA	26.29%	38.13%	18.27%
TOTAL PATRIMONIO	59.33%	68.43%	38.06%

Balance General	Año 2010	Año 2011	Año 2012
ACTIVOS corrientes			
Efectivo y equivalente de Efectivo	S/. 58,414.28	S/. 132,429.63	S/. 196,012.02
Materia prima	S/. 63,435.12	S/. 11,994.94	S/. 6,902.30
Herramientas y utensilios de trabajo	S/. 3,076.00	S/. 2,698.00	S/. 1,076.00
Total activo corriente	S/. 124,925.40	S/. 147,122.57	S/. 203,990.32
Servicios y otros contratados por anticipado			
Seguros	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 25,000.00
Publicidad	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 21,600.00
Total activo diferido	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 46,600.00
Activo no corriente			
MAQUINARIA Y EQUIPO	S/. 22,394.00	S/. 22,394.00	S/. 22,394.00
MUEBLES Y ENSERES	S/. 20,267.00	S/. 20,267.00	S/. 20,267.00
Intangibles	S/. 5,970.00	S/. 5,970.00	S/. 5,970.00
TOTAL ACTIVO No CORRIENTE	S/. 48,631.00	S/. 48,631.00	S/. 48,631.00
Depreciación y amortización Acumulada			
Depreciación Acumulada	-S/. 6,505.50	-S/. 13,011.00	-S/. 19,516.50
Amortización Acumulada	-S/. 597.00	-S/. 1,194.00	-S/. 1,791.00
Total Depreciación y Amortización Acumulada	-S/. 7,102.50	-S/. 14,205.00	-S/. 21,307.50
TOTAL ACTIVO	S/. 166,453.90	S/. 181,548.57	S/. 277,913.82
PASIVOS CORRIENTE			
Tributos por pagar	S/. 1,281.60	S/. 1,281.60	S/. 1,281.60
Remuneraciones por pagar	S/. 5,149.40	S/. 5,149.40	S/. 5,149.40
Cuentas por pagar – Comerciales	S/. 61,261.24	S/. 50,884.67	S/. 165,698.93
TOTAL PASIVO	S/. 67,692.24	S/. 57,315.67	S/. 172,129.93
PATRIMONIO			

CAPITAL	S/. 55,000.00	S/. 55,000.00	S/. 55,000.00
UTILILIDAD ACUMULADA	S/. 43,761.66	S/. 69,232.90	S/. 50,783.90
TOTAL PATRIMONIO	S/. 98,761.66	S/. 124,232.90	S/. 105,783.90
Total Pasivo y Patrimonio	S/. 166,453.90	S/. 181,548.57	S/. 277,913.82

Encuesta al administrador

1) ¿Qué opina acerca del reciente crecimiento en el rubro de la belleza?

- a)Obtiene mayor ingresos
- b)Obtiene regular ingreso
- c)Obtiene poco ingreso

2) ¿Cuál es el nicho de mercado al que se dirige la propuesta de este centro de Belleza?

- a)Público en general
- b)Clase alta
- c)Clase media alta
- d)clase media

3) ¿Al emprender este negocio, cuáles fueron las principales dificultades?

- a)Competencia
- b)Personal calificado
- c)Presupuesto

4) ¿En cuánto tiempo, recupero su inversión inicial?

- a)1-2 años
- b)2-3 años
- c)3-5 años
- d)ninguna anterior

5) ¿Financia su inversión con capital propia o de terceros?

- a)Propio
- b)Socios
- c)Instituciones financieras

6) ¿Considera que el desarrollo de este sector lo ha beneficiado? ¿De qué manera?

- a).- Mayor demanda.
- b).- Mayor ingresos.
- c).- Crecimiento del negocio

7) ¿Quiénes son su principal competencia?

- a)Montalvo
- b)Rostros spa

- c) Marita spa
- d) Edith spa
- e) Liamont urban spa
- f) Marijuan
- g) Sephora
- h) Ninguna de las anteriores

8) ¿Ha pensado en hacer alguna alianza, en ampliar su mercado o tiene alguna estrategia para Ampliar su negocio?

- a) sí.
- b) no.
- c) no sabe no opina.

9) ¿Que estrategias tiene pensadas para enfrentar la ventaja de sus competidores?

- a) Estrategia de diferenciación.
- b) Capacitar al personal.
- c) Ampliar su cobertura.
- d) Dar a conocer productos exclusivos.

10) ¿Cuentan con campañas o promociones?

- a) Promociones fechas especiales.
- b) Tarjeta de cliente recurrente.

c) Paquetes descuentos.

11) Respecto a los precios ¿Qué tan accesibles son?

a)Muy accesible

b) Medianamente accesible

c)Poco accesible

12) ¿Qué servicio adicional te gustaría que Glamour Salón y Spa ofrezca?

a)caritas pintadas

b)guardería

c)sauna

d)lobby men

e)suite novia

Resumen de la Entrevista a los Administradores de la Competencia:

Se aplicó una entrevista a diferentes administradores de diferentes centros de belleza de la ciudad de Trujillo para poder determinar el análisis situacional del entorno y a su vez poder evaluar las eficiencias y deficiencias que se presentan en este rubro de belleza.

Análisis de la Entrevista N°01

1) ¿Qué opina acerca del reciente crecimiento en el rubro de la belleza?

RESPUESTAS	Nº DE ENTREVISTADOS	%
OBTIENE MAYOR INGRESO	5	72%
OBTIENE REGULAR INGRESO	1	14%
OBTIENE POCO INGRESO	1	14%

FUENTE: Entrevista realizada a los administradores.

ELABORADO: Autoras de la investigación

Interpretación: El objetivo es identificar qué tan beneficioso es el crecimiento del rubro de belleza. En este sentido la mayoría de entrevistados respondieron que obtenían mayores ingresos con un 72 %, donde se encuentran los siguientes spas Glamour Salón y Spa, Montalvo Salón & Spa, Charlie Salón, Clip Salón, Rouse Spa. En la siguiente categoría regular ingresos representado por un 14% se encuentra Liamont Urban Spa esto debido a que tiene poco tiempo en el mercado y por último en pocos ingresos encontramos a Espejos Salónya que es un negocio pequeño, la demanda es escasa y la ubicación no lo favorece.



Elaboración: Autoras de la investigación.

2) ¿Cuál es el nicho de mercado al que se dirige la propuesta de este centro de Belleza?

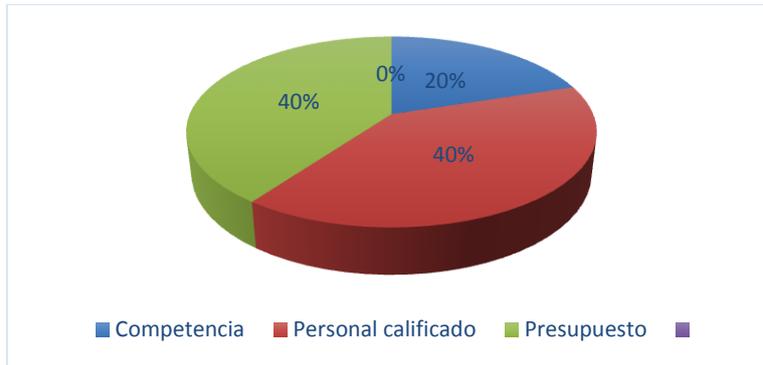
La información obtenida en esta sección pretende conocer cuál es el sector socioeconómico al que se dirige el centro de belleza. Los resultados mostraron que un 42 % se dirige a clase media alta, debido a que les interesa su salud y su bienestar. Sus carreras profesionales son importantes y para poder funcionar a pleno rendimiento necesitan poner atención al cuidado personal. Este cliente, una vez introducido en los servicios del spa, es un cliente leal y obediente. Con un menor porcentaje de 33 % se encuentra la clase alta, con un 17% público en general ya que sus precios son accesibles y sus servicios buenos y por último un 8% clase media.



Elaboración: Autoras de la investigación.

3) ¿Al emprender este negocio, cuáles fueron las principales dificultades?

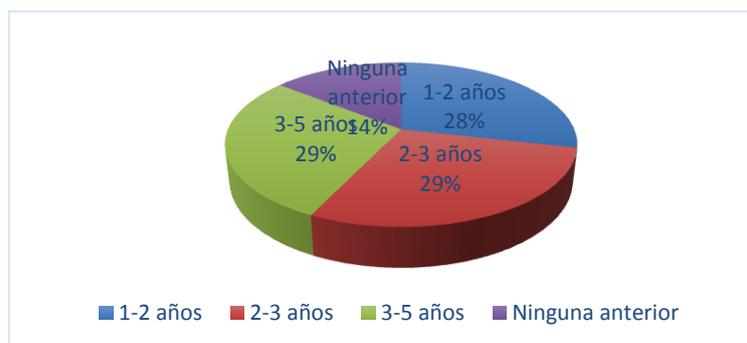
Esta pregunta estuvo centrada en obtener información acerca de las dificultades que toda empresa tiene al iniciarse. Con un 40% se encuentra los siguientes spas : Glamor Salón y Spa ,Clip ,Montalvo Salón & Spa y Liamont Urban Spa en un inicio no contaban con el capital suficiente para instalar y desarrollar el negocio, otra dificultad fue el personal calificado, 40% respondió que encontrar a profesionales es una ardua tarea debido a su escasez; finalmente con un 20% respondieron la competencia debido al crecimiento del rubro los perjudica debido al incremento de malos spas, que ofrecen un servicio aún menor costo y de mala calidad.



Elaboración: Autoras de la investigación.

4) ¿En cuánto tiempo, recupero su inversión inicial?

En cuanto al tiempo de recuperación de su inversión inicial hemos tomado en cuenta un margen de años de los cuales 2 de 7 establecimientos es decir el 29 %, del total recuperaron entre 2-3 años y 3-5 años, con un 28% se representa la recuperación del capital de 1 -2 años; por ultimo Liamont Urban Spa que aún no recupera su inversión debido a que tiene menos de 1 año en el Mercado.



Elaboración: Autoras de la investigación.

5) ¿Financia su inversión con capital propia o de terceros?

RESPUESTAS	N°	%
Propio	3	43%
Terceros	2	28%
Instituciones financieras	2	29%

FUENTE: Entrevista realizada a los administradores.

ELABORADO: Autoras de la investigación

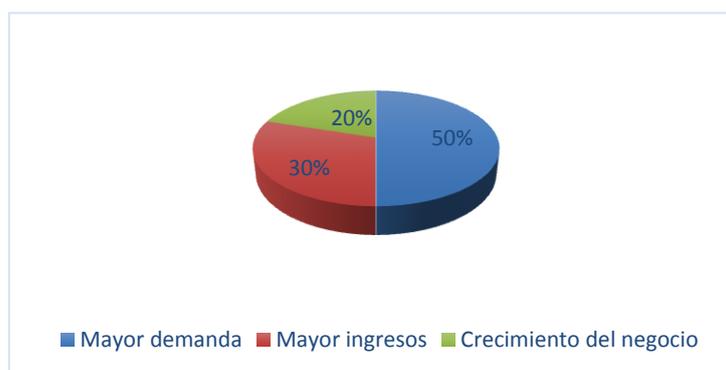
Interpretación: Como podemos observar el 43% de los entrevistados financian su inversión con capital propio ,mientras que el 29% lo hace a través de instituciones financieras, y por ultimo con un 28% financia su inversión de terceros.



Elaboración: Autoras de la investigación.

6) ¿Considera que el desarrollo de este sector lo ha beneficiado? ¿De qué manera?

Como se observa en el gráfico el 50% de los entrevistados respondió que el desarrollo de este sector lo beneficia con una mayor demanda en sus servicios, mientras que a un 30% le genera mayores ingresos, finalmente con un 20% lo beneficia en el crecimiento de su negocio.



Elaboración: Autoras de la investigación.

7) ¿Quiénes son su principal competencia?

RESPUESTAS	Nº	%
Montalvo	3	19%
Rostros spa	3	19%
Marita spa	1	6%
Edith spa	3	19%
Liamont Urban Spa	1	6%
Marijuan	2	12%
Sephora	1	6%
Ninguna de las anteriores	2	13%

FUENTE: Entrevista realizada a los administradores.

ELABORADO: Autores de la investigación

Interpretación: Como podemos observar en la tabla n° 07 y gráfico n° 07 nos muestra que del total de entrevistados respondió que tienen como su principal competencia a Montalvo Salón& Spa con un 19% ,se debe a los servicios innovadores que ofrece además de ser una reconocida franquicia ,también con 19% se verificó que Rostros Spa se encuentra muy bien posicionado en el Mercado local , otro 19% indicó que tienen como competencia a Edith Spa ,siguiendo con un 13% respondió que no tienen competencia alguna ya que cuentan con una cartera de clientes , seguido de 12% considera a Marijuan como un rival , finalmente respondieron con 6% a Marita Spa, Liamont Urban Spa y Sephora como su competencia .



Elaboración: Autoras de la investigación.

8) ¿Ha pensado en hacer alguna alianza, en ampliar su mercado o tiene alguna estrategia para el avance de su negocio?

RESPUESTAS	N°	%
SI	4	57%
NO	2	29%
NO SABEN NO OPINAN	1	14%

FUENTE: Entrevista realizada a los administradores

ELABORADO: Autoras de la investigación

Interpretación: Como se observa la tabla 08 y gráfico 08 , el 57% de los entrevistados piensan en hacer alguna alianza , en ampliar su mercado; mientras que el 29 % no lo hacen y con un mínimo de 14% no saben no opinan .



Elaboración: Autoras de la investigación.

09) ¿Que estrategias tiene pensadas para enfrentar la ventaja de sus competidores?

RESPUESTAS	N°	%
Estrategia de diferenciación	3	21%
Capacitar al personal	4	29%
Ampliar su cobertura	3	21%
Dar a conocer productos exclusivos	4	29%

FUENTE: Entrevista realizada a los administradores.

ELABORADO: Autoras de la investigación

Interpretación: Como podemos observar en la tabla n° 26 y gráfico n° 26 el 29% de nuestros entrevistados respondió que capacitar al personal es una de las estrategias que tiene pensado para enfrentar a sus competidores ya que la **gran mayoría de los empleados no conoce los servicios que presta un spa** ,con un mismo porcentaje tenemos a dar a conocer productos exclusivos , ,mientras que con un 21 % piensa en que ampliar su cobertura es decir facilitar servicios a más de un segmento de mercado y por último con 21% respondió que considera las estrategias de diferenciación.



Elaborado: Por las Expositoras

ENTREVISTA

Nombre del Empresario: _____

Edad: _____ Género: _____

Nivel Educativo: _____

Experiencia: _____

1. ¿La empresa actualmente cumple con el manual de funciones y el organigrama de la empresa?

Actualmente no se cumple a cabalidad con lo establecido en el MOF, pero en general su uso interno y diario, minimiza los conflictos de áreas, marca responsabilidades, divide el trabajo y fomenta el orden, etc.

2. ¿En su empresa se ha desarrollado actual o anteriormente algún plan financiero?

En la práctica no se ha establecido ninguna aplicación de plan financiero.

3. ¿Considera Ud. que es necesario para su empresa contar con un plan financiero?

Si es primordial, pero la falta de personal capacitado y la falta de interés de los propietarios no han hecho posible esta mejora.

4. ¿Hasta qué punto la planificación financiera puede generar orden económico a su empresa?

La planificación financiera plantea diferentes objetivos a cumplir, siendo estos siempre posibles u óptimos, para que de esta manera, los mismos puedan ser evaluados con posterioridad de tal manera que se persigan las buenas prácticas y que no se repitan las que dieron malos resultados. Considero que es un arma fundamental con la que podría contar esta empresa para que se detalle y describa la estrategia financiera que se llevara a cabo, además debemos hacer proyecciones a situaciones futuras, basadas en diferentes estados contables y financieros del mismo.

5. ¿Qué reportes financieros se elaboran en la compañía?

El Balance General, Estado De Resultados y El estado de Flujo de caja.

6. ¿Considera usted que debe conocer el crecimiento sostenible de su empresa?

Claro esto es necesario, para determinar el grado de desarrollo del negocio y nuestra liquidez y rentabilidad, y saber el resultado de la relación entre rendimiento y capital invertido.

7. ¿Cómo mide Uds. la rentabilidad dentro de su empresa?

A través de algunos indicadores, pero el más importante es Rentabilidad sobre ventas; este índice mide la rentabilidad de una empresa con respecto a las ventas que genera.

La fórmula del índice de rentabilidad sobre ventas es:

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = (\text{Utilidades} / \text{Ventas}) \times 100$$

8. ¿De qué manera Ud. Genera su capital de trabajo para que su empresa siga funcionando?

Se da a través de la generación de recursos así se garantiza la solvencia de la empresa para poder asumir los compromisos actuales y proyectar futuras inversiones sin necesidad de recurrir a financiamiento de los socios o de terceros.

El aporte del propietario, se da de forma mensual, y no se ha distribuido utilidades.

9. ¿Conocen oportunamente los accionistas de su empresa la rentabilidad económica obtenida?

Si ellos se mantienen al tanto de la situación económica del establecimiento, y así aprovechan a tomar decisiones de acuerdo a los objetivos de esta y detectar diversas situaciones de cambio o mejora.

10. ¿Sabe Ud. cuál es el tope máximo de su crecimiento sostenible?

Nuestro tope máximo, implica el impacto que puede tener la utilización de los productos para nuestros tratamientos de belleza, así como la estabilidad laboral de nuestros colaboradores; es decir seremos capaces de suplir las necesidades del presente sin comprometer el desarrollo del futuro, así aseguraremos el equilibrio en tres dimensiones : económico, social y ambiental con la administración.

Encuestas Suite de novia

Análisis de las encuestas

Gráfico n°01

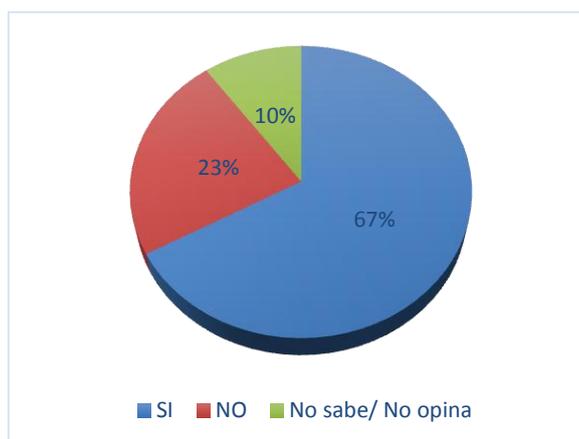
1) ¿Conoce el servicio Suite de Novia?

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	%
SI	34	67%
NO	12	23%
No sabe/ No opina	4	10%

FUENTE: Encuesta realizada a las clientas de Glamour Salón & Spa

ELABORADO: Autoras de la investigación

Interpretación: Podemos apreciar que en la formulación de la primera interrogante las encuestadas respondieron que si conocen el servicio de suite de novia con un 67%, un 23% respondió que no conocen y por último no sabe no opina un 10 %.



Elaboración: Autoras de la investigación.

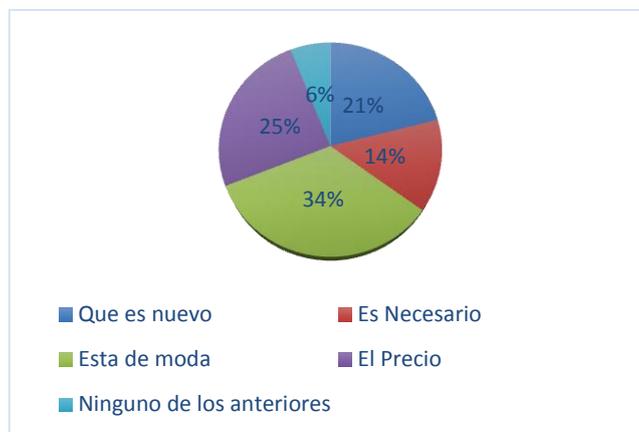
2) ¿Cuál de los siguientes aspectos le atraen del servicio?

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	%
Que es nuevo	11	21%
Es Necesario	6	14%
Está de moda	17	34%
El Precio	13	25%
Ninguno de los anteriores	3	6%

FUENTE: Encuesta realizada a las clientas de Glamour Salón & Spa

ELABORADO: Autoras de la investigación

Interpretación: Como se puede observar en la interrogante número dos, de un total de 52 encuestas el 34% respondió que lo que le atrae del servicio es que está de moda, seguido con un 25% es el precio, a un 11% le atrae que es nuevo el servicio finalmente el 6% ninguno de los anteriores.



Elaboración: Autoras de la investigación.

3) ¿Dónde le gustaría contratar estos servicios?

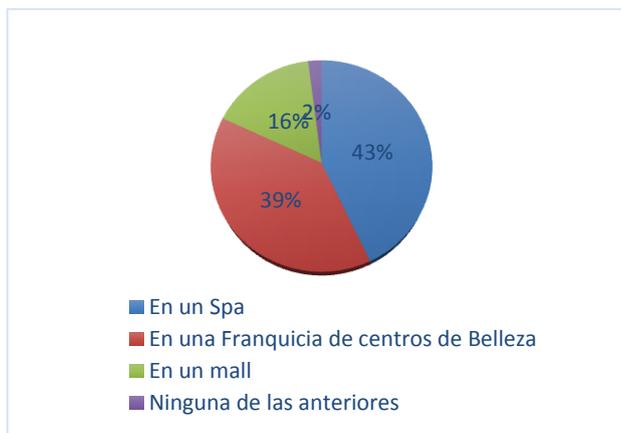
ALTERNATIVAS	Nº DE ENCUESTADOS	%
En un Spa	21	43%
En una Franquicia de centros de Belleza	20	39%
En un mall	8	16%
Ninguna de las anteriores	1	2%

FUENTE: Encuesta realizada a las clientas de Glamour Salón & Spa

ELABORADO: Autoras de la investigación

Interpretación: Del total de encuestadas el 43% respondió que le gustaría contratar el servicio de Suite de novias en un Spa, el 19% prefiere en una franquicia de centro de

belleza, mientras que a un 16% le gustaría que se encuentre en algún mall, finalmente con un mínimo porcentaje respondió ninguna de las anteriores.



Elaboración: Autoras de la investigación.

4) ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre el servicio?

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	%
Anuncios en periódicos o revistas	5	11%
Correo Electrónico	8	15%
Facebook / Twitter	20	39%
TV / Radio	12	24%
Otros	5	11%

FUENTE: Encuesta realizada a las clientas de Glamour Salón & Spa

ELABORADO: Autoras de la investigación

Interpretación: En este cuadro podemos observar que las encuestadas respondieron con un 39% que les gustaría recibir información vía Facebook y twitter, con un 24% prefieren que sea a través de la tv o radio, mientras que el 15% respondió vía correo electrónico, finalmente con un mismo porcentaje de 11% que sea través de anuncios en diarios u otros.



Elaboración: Autoras de la investigación.

5) ¿Cuál o cuáles son las razones por las que no le atrae el servicio?

ALTERNATIVAS	Nº DE ENCUESTADOS	%
No lo necesito	16	32%
Es Costoso	13	27%
Es innecesario	9	17%
Otros	12	24%

FUENTE: Encuesta realizada a las clientas de Glamour Salón & Spa

ELABORADO: Autoras de la investigación

Interpretación: De la totalidad de encuestadas respondieron con un 32% que no necesitan este servicio, seguido con un 27% que es costoso, a un 24% respondió otros, mientras que el 17% le parece innecesario la suite de novias.



Elaboración: Autoras de la investigación.

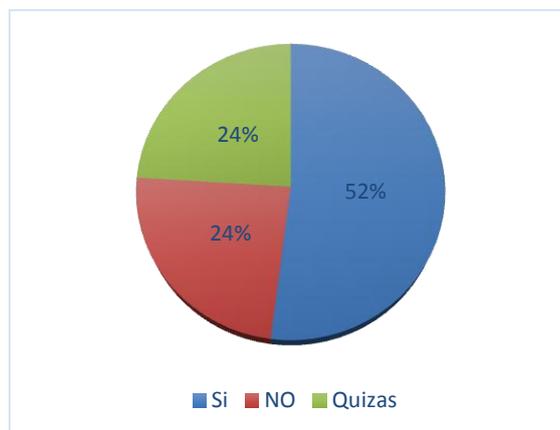
6) Partiendo del punto de que el servicio le satisfaga ¿lo adquiriría?

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	%
Si	26	52%
NO	12	24%
Quizás	12	24%

FUENTE: Encuesta realizada a las clientas de Glamour Salón & Spa

ELABORADO: Autoras de la investigación

Interpretación: el 52 % de encuestadas respondió que si adquiriría el servicio si es que le satisficiera, mientras que un 24% no lo adquiriría, finalmente un 24% respondió que quizás lo adquiriría.



Elaboración: Autoras de la investigación.

7) ¿Compraría este servicio a un precio de 750 soles a mas, 550 soles a mas o 450 soles a más?

<i>ALTERNATIVAS</i>	<i>N° DE ENCUESTADOS</i>	<i>%</i>
750 soles a mas	9	18%
550 soles a mas	19	39%
450 soles a mas	22	43%

FUENTE: Encuesta realizada a las clientas de Glamour Salón & Spa

ELABORADO: Autoras de la investigación

Interpretación: Como podemos observar en el siguiente gráfico, nos muestra que el 43% de encuestadas estarían dispuestas a pagar 450 soles a más por el servicio de suite de novias, mientras que un 39% pagaría 550 soles a más, finalmente un 18% respondió que estaría dispuesta a pagar 750 soles a más por dicho servicio.



Elaboración: Autoras de la investigación.

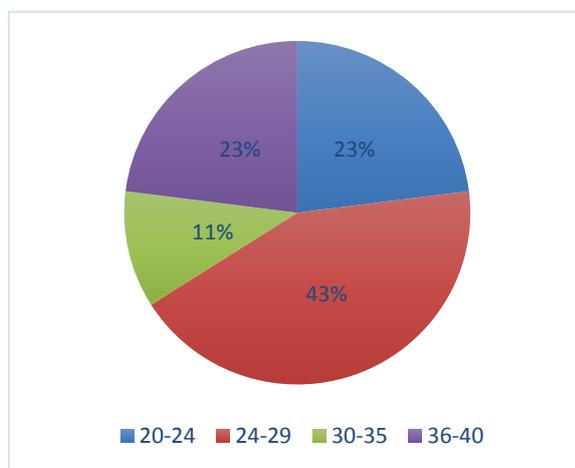
8) ¿Qué edad Tienes?

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	%
20-24	12	23%
24-29	19	43%
30-35	6	11%
36-40	12	23%

FUENTE: Encuesta realizada a las clientas de Glamour Salón & Spa

ELABORADO: Autoras de la investigación

Interpretación: Podemos apreciar que en la formulación de la última interrogante las encuestadas respondieron que tiene entre 24-29 años un 43%, entre 20-24 años un 23%, que tienen entre 36-40 años un 23%, finalmente que tienen entre 30-35 años respondió un 11%.



Elaboración: Autoras de la investigación.