

IMPLEMENTACIÓN CONTABILIDAD EN LA EMPRESA
“PRODUCTOS DE ASEO
DIMONTIF”



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios

DIANA MARITZA JARAMILLO CORTÉS

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

BOGOTÁ D.C

JUNIO DE 2012

Tabla de contenido

1.	INTRODUCCIÓN.....	4
2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
3.	JUSTIFICACIÓN	6
4.	OBJETIVOS.....	7
	4.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
	4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
5.	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DIMONTIF.....	8
	5.1 Misión y visión.....	8
	5.2 Identificación de las unidades estratégicas de negocios	9
	5.3 Formulación de los objetivos, políticas y estrategias	10
	5.3.1 Objetivos estratégicos generales DIMONTIF	10
	5.3.2 Políticas	11
6.	Estructura administrativa DIMONTIF.....	11
	6.1 DEPARTAMENTO FINANCIERO Y CONTABLE.....	11
	6.2 DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN	13
	6.3 DEPARTAMENTO DE VENTAS Y MERCADEO	14
7.	ESTUDIO DEL MERCADO	15
8.	DIAGNÓSTICO Y CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO Y DE SU ENTORNO	17
	8.1 MATRÍZ DOFA.....	18
	8.2 GESI	20
	FACTORES GUBERNAMENTALES.....	20
	FACTORES ECONÓMICOS.....	20
	FACTORES SOCIALES	20
	FACTORES INFORMÁTICOS, DE RIESGO O TECNOLÓGICOS.....	20
	8.3 LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	21
	AMENAZA DE COMPETIDORES POTENCIALES.....	21
	RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES	21
	PODER DE LOS PROVEEDORES	22
	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	22
	AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	22
	8.4 LAS 5 ESES	23

8.5 TASCOI.....	24
8.6 PRINCIPAL RIESGO QUE ENFRENTA LA EMPRESA.....	25
9. CAMBIOS A INTRODUCIR	25
10. APALANCAMIENTO	25
11. PRESENTACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS	25
11.1 ESTADOS FINANCIEROS A ENERO 01 DE 2012	28
INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS.....	29
11.2 ESTADOS FINANCIEROS ENERO 1 A 31 DE 2012	30
INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS.....	35
11.3 ESTADOS FINANCIEROS FEBRERO 1 A 29 DE 2012.....	37
INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS.....	41
11.4 ESTADOS FINANCIEROS MARZO 1 A 31 DE 2012	44
INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS.....	49
11.5 ESTADOS FINANCIEROS ABRIL 1 A 30 DE 2012	51
INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS.....	56
11.6 ESTADOS FINANCIEROS MAYO 1 A 31 DE 2012	58
INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS.....	62
12. CONCLUSIONES.....	69
13. BIBLIOGRAFÍA.....	72

1. INTRODUCCIÓN

En un entorno económico altamente competitivo, como en el que está inmersa la economía colombiana, las empresas, sin importar su tamaño deben contar con la información financiera suficiente que facilite tomar las decisiones más acertadas, que les permitan seguir haciendo parte del mercado y crecer de tal manera, que puedan generar beneficios no solo a sus propietarios, trabajadores y clientes, sino a toda la economía en general.

Es así, que como resultado de la formación académica recibida en la universidad, es claro que su utilidad y pertinencia solo se evidencian, al momento de ponerla en práctica en el entorno empresarial y social colombiano, porque en últimas este es el propósito mismo del conocimiento, su utilización en la resolución de las distintas problemáticas y necesidades que tiene la humanidad.

Por lo que a continuación, se da uso de gran parte de las herramientas vistas en las diferentes áreas de incidencia de la contabilidad, como es la contabilidad financiera, que da cuenta de la situación financiera y resultado operativo de la empresa; el análisis financiero que permite poner dicha información en contexto y facilita su comprensión para la toma de decisiones; y la contabilidad de costos, que brinda conocimientos claros sobre los elementos que consume la empresa en la elaboración de los productos que produce y comercializa.

Otros saberes que resultan pertinentes son las herramientas dadas por la auditoría, para conocer el negocio, su entorno y los riesgos que enfrenta. Sin olvidar además, los conocimientos del área administrativa, que permiten realizar la planeación estratégica de la empresa para a partir de allí, dotarla de una estructura financiera que le permita, no solo organizarse sino analizar además, su viabilidad financiera y las oportunidades de crecimiento que se le presentan.

Por lo que a continuación se realiza un análisis integral de la empresa DIMONTIF, para dotarla de un sistema contable, que le permita medir los resultados de su operación y determinar su viabilidad financiera.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Sin importar su tamaño, toda unidad de negocio, debe contar con información financiera que permita a sus administradores y propietarios, tomar decisiones que la conduzcan al éxito financiero y pueda aportar al desarrollo de la comunidad en la que está inmersa.

Por lo que la pregunta a la que se pretende dar respuesta al realizar la implementación de la contabilidad en la empresa y una vez realizado el análisis de la misma, es determinar si realmente es viable como unidad de negocio y si tiene posibilidades de crecimiento que le permitan mantenerse en el mercado altamente competitivo, de los productos de aseo.

Para llegar a dicha conclusión, es necesario partir de la planeación estratégica que es la que dota a la empresa de una estructura sólida en la que se basa a futuro toda su operación y la consecución de sus objetivos.

3. JUSTIFICACIÓN

Según cifras del Departamento Nacional Administrativo de Estadísticas, DANE, publicadas por el diario El Tiempo, en su versión digital¹, el 87% de los negocios en Colombia son microempresas, lo que las sitúa como grandes generadoras de trabajo y activadoras de la economía; pero infortunadamente, es evidente además, que muchos de estos negocios fracasan por no contar con las herramientas financieras y administrativas suficientes, que les permitan evaluar en todo momento su situación financiera y diseñar las estrategias comerciales pertinentes, que les permitan seguir operando.

Es en este aspecto que los Contadores públicos, están llamados a intervenir, para asesorar y aportar al fortalecimiento de negocios familiares, que aunque si bien pueden parecer inicialmente muy reducidos, pueden proyectarse como unidades empresariales prósperas y financieramente viables.

Partiendo de dicha premisa, se hace evidente la aplicación de los conocimientos aportados por el programa de contaduría pública, para crear el sistema contable del negocio familiar DIMONTIF, para contribuir a su fortalecimiento en el mercado y de esta manera generar beneficios a todos los stakeholders, que de una u otra manera, se vean afectados por dicha empresa.

¹Periódico: Las microempresas dominan la economía colombiana. En El Tiempo. Internet (<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-93252>)

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar el sistema contable del negocio familiar DIMONTIF, registrando sus operaciones para emitir estados financieros

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Diseñar la planeación estratégica de la empresa que le aporte una estructura financiera
- ✓ Realizar un análisis del negocio y de su entorno para determinar fortalezas, debilidades, riesgos y oportunidades
- ✓ Emitir estados financieros que permitan realizar un análisis económico de la empresa
- ✓ Determinar indicadores financieros que permitan determinar la viabilidad de la empresa

5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DIMONTIF

Para realizar la planeación estratégica de la empresa, se parte de elementos aportados por Jean Paul Sallenave [2], quien considera la planeación como una herramienta de gran utilidad para quienes administran, toman decisiones y buscan el fortalecimiento de las empresas, en un mundo de los negocios, que está en continuo cambio.

Por lo que, según el autor se debe partir de lo que da razón de ser al negocio, lo que lo define y lo diferencia de otros, que por supuesto es su misión y visión empresarial.

5.1 Misión y visión

MISIÓN

Somos una empresa colombiana, comprometida con el bienestar de nuestros clientes y colaboradores, llevándoles productos de limpieza y aseo para la industria y el hogar, de la mejor calidad, amigables con el planeta y que satisfagan sus necesidades y expectativas.

VISIÓN

Estamos comprometidos en que dentro de cinco años, seamos reconocidos como una compañía líder en el sector de productos de limpieza y aseo; comprometidos en la aplicación de la calidad e innovación en la elaboración de productos amigables con el medio ambiente.

[2] SALLENAVE, Jean Paul. 1985. Gerencia y planeación estratégica. Colombia; Editorial Norma S.A.

ANTECEDENTES

La empresa DIMONTIF, surge como resultado de un trabajo académico realizado para la materia de costos II, en la que se debía realizar el costeo de un producto, determinando cada uno de los elementos del costo. Se decidió elaborar un champú al que se le estableció el costo de producción y el precio de venta.

Posteriormente, se realizó una estrategia de mercadeo para dar a conocer el producto, como requisito para la materia de fundamentos de mercadeo. Se decidió distribuir muestras del champú, en salones de belleza del sector aledaño a la universidad, con la sorpresa de que algunos decidieron comprar el galón del champú.

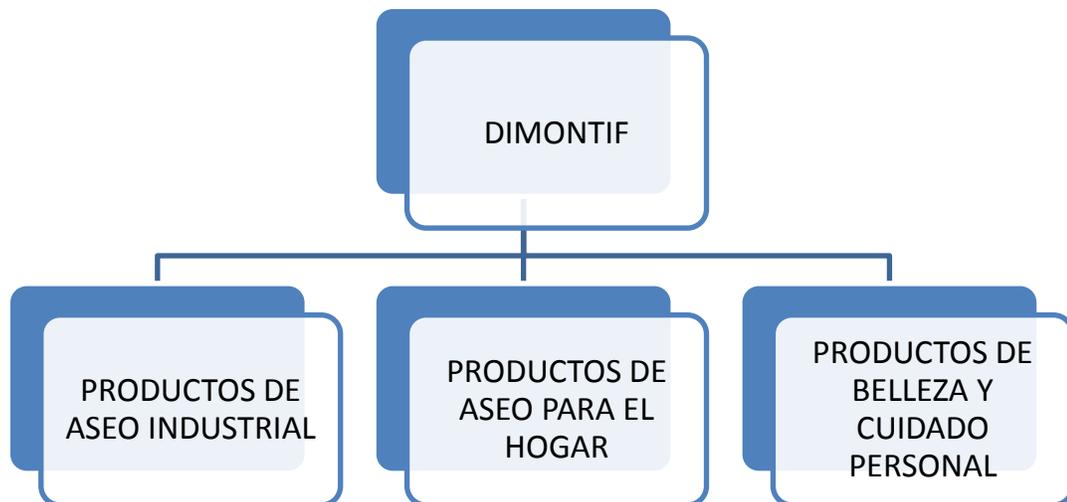
Con el tiempo se decidió elaborar otros productos de aseo y montar un punto de venta en el que se distribuyeran por pequeñas cantidades, dependiendo del dinero que tengan los clientes.

Es así como surgió DIMONTIF, y fue registrado ante la Cámara de Comercio de Bogotá.

5.2 Identificación de las unidades estratégicas de negocios

Es importante además, identificar las unidades estratégicas del negocio, que en el caso de DIMONTIF, corresponden a tres categorías específicas de productos

Gráfica 1. UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIOS



PRODUCTOS DE ASEO INDUSTRIAL	PRODUCTOS DE ASEO PARA EL HOGAR	PRODUCTOS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL
DESENGRASANTE	JABÓN LAVADORA	CHAMPÚ
DESINFECTANTE	LAVALOZA LÍQUIDO	RINSE
REMOVEDOR	JABÓN DE MANOS	CREMA PARA LAS MANOS
	AMBIENTADORES	GEL REDUCTOR
		SPLASH

Fuente: Elaboración propia

Los productos de aseo industrial, se ofrecen a empresas y clientes con necesidades de productos de limpieza que eliminen de manera rápida, la mugre fuerte y la grasa.

Por su parte los productos para el hogar resultan menos agresivos y su comercialización se realiza básicamente a través de puntos de venta conocidos como casitas de aseo.

Los productos de belleza son igualmente comercializados en los puntos de venta de casitas de aseo y a clientes directos de salones de belleza, centros de estética y Spas.

5.3 Formulación de los objetivos, políticas y estrategias

5.3.1 Objetivos estratégicos generales DIMONTIF

La empresa se ha trazado los siguientes objetivos estratégicos generales:

- ✓ Posicionar a la organización, en el sector de los productos de aseo limpieza y cuidado personal.
- ✓ Crear un clima organizacional en el que la calidad total y el mejoramiento continuo, sean piedras angulares de todos los procesos.

- ✓ Fomentar la investigación y estudio constante al interior de la organización, que permitan innovar continuamente y llevar productos con estándares de calidad y especificaciones exigidas por regulaciones legales y del mercado.

5.3.2 Políticas

De la misma manera la empresa se compromete en el seguimiento de directrices como

- ✓ Seguimiento constante de normatividad y pronunciamientos de entidades públicas que afecten al sector.
- ✓ Calidad y mejoramiento como principios fundamentales en todos los niveles de la organización.
- ✓ Innovación constante como herramienta fundamental para la permanencia de la organización en el mercado.
- ✓ Fomentar la capacitación permanente de sus colaboradores, para sacar provecho de sus habilidades, destrezas y potencialidades, como capital importante para la organización.

6. Estructura administrativa DIMONTIF

En cuanto a su estructura administrativa (ver gráfica 2), la empresa cuenta con tres departamentos, que tienen objetivos, políticas y estrategias claras

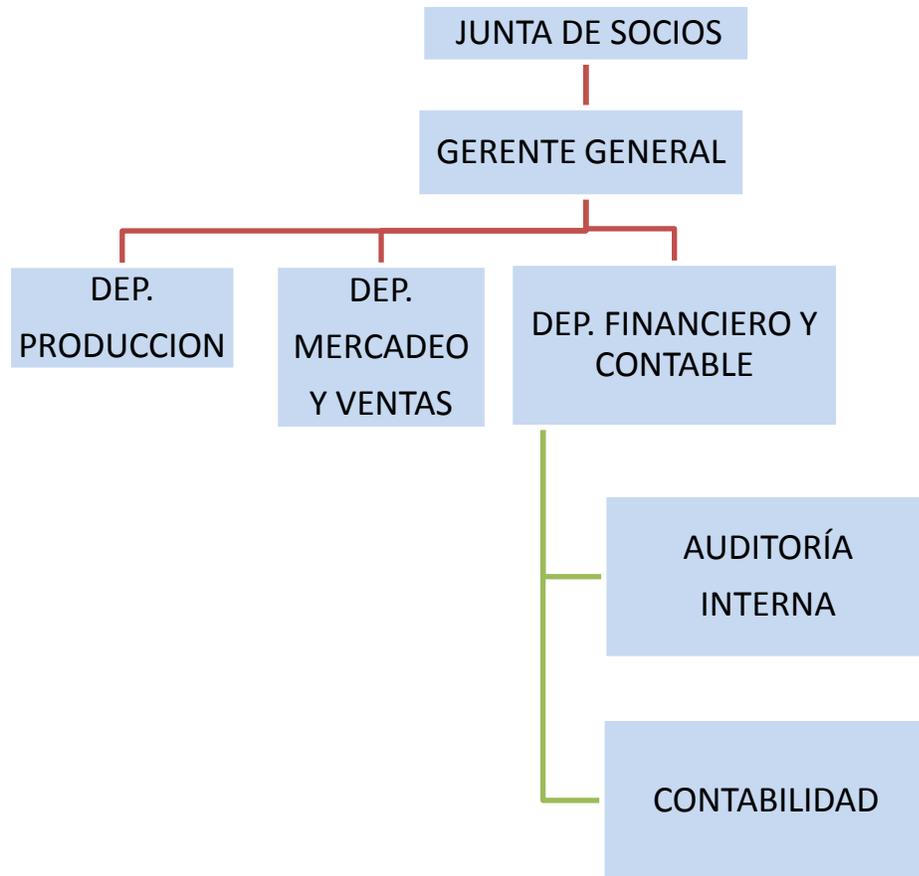
6.1 DEPARTAMENTO FINANCIERO Y CONTABLE

Objetivos:

Lograr la eficacia, alcanzando los objetivos de toda la organización, con la menor cantidad posible de recursos.

Tener un control permanente de los recursos y procesos de la organización, para evitar ineficiencias en el manejo del capital físico y humano con que cuenta la entidad.

Gráfica 2. ORGANIGRAMA DIMONTIF



Fuente: Elaboración propia

Controlar permanentemente el sistema de control interno, como herramienta indispensable para el logro de los objetivos de la organización y el cumplimiento de la normatividad legal y las regulaciones internas.

Estrategias:

Asignación de recursos suficientes, de acuerdo con los planes y necesidades de cada área, teniendo en cuenta la cadena de valor, es decir que la asignación se realiza de acuerdo al valor que aporte cada uno de los departamentos al fortalecimiento de la empresa.

Realizar una auditoría interna permanente que permita el monitoreo y control permanente tanto de los procesos como del cumplimiento de los objetivos de la organización.

Políticas:

Se revisan constantemente los indicadores financieros de la organización, para conocer en tiempo real, su situación financiera. Dando mayor importancia a indicadores de liquidez, como el capital de trabajo, que le permita continuar desarrollando su objeto social. Para lo cual es necesario el fortalecimiento del área contable, aprovisionándola de un sistema que permita facilitar todo el proceso contable, y la elaboración de informes financieros y de gestión que permitan tomar decisiones más acertadas

Se elabora un presupuesto financiero que incluye todas las áreas de la empresa, así como también las proyecciones de crecimiento de la compañía, buscando la menor variación posible, entre el presupuesto proyectado para toda la organización y el resultado de su ejecución.

El autocontrol como principio y pilar fundamental, para todos los colaboradores de la entidad, en el que basen todas sus conductas y actividades dentro de los procesos en los que participan.

6.2 DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

Objetivos:

Dar un valor agregado a los productos, que los identifique de la competencia.

Lograr que los productos que elabora la entidad, sean efectivos y cumplan con las expectativas de los clientes.

Mejoramiento continuo de procesos productivos

Lograr una rotación constante de inventarios

Estrategias:

Elaboración de productos con procesos de alta calidad, de acuerdo a los estándares del sector.

Estudios e investigaciones que permitan elaborar productos de alta calidad, realmente amigables con el planeta.

Tener procesos productivos que estén acordes con las especificaciones y estándares dictados por las entidades que rigen al sector y que no tengan un impacto ambiental negativo.

Se deben mantener en inventario de materias primas, materiales suficientes para sostener la producción de 30 días.

Reducir costos de los insumos, pero sin ir en detrimento de la calidad del producto

Conseguir proveedores especializados en insumos naturales de alta calidad, confianza y buenos precios, que permitan innovar en el mercado y ofrecer productos que no afecten la salud y bienestar de los clientes y colaboradores.

Conseguir alianzas estratégicas con proveedores que reduzcan los tiempos de entrega de materias primas y que permita tener un inventario reducido de materiales.

Políticas:

Utilización de insumos de alta calidad que no atenten contra la salud y bienestar de los clientes ni colaboradores.

Seguimiento de la ética, en la elaboración de productos que sean realmente eficaces.

Reducir al máximo daños, pérdida y expiración de inventarios de materias primas y de productos terminados. Para lo cual siempre deberán quedar en bodega, inventarios equivalentes a máximo el 4% del total de las ventas mensuales.

No tener un número muy elevado de proveedores, para tener un mejor control de esta cuenta y para conseguir alianzas de fidelidad en los que se obtengan mejores precios y hagan a la entidad más competitiva.

No adquirir obligaciones con proveedores superiores a 30 días, para no incrementar los pasivos corrientes de la organización, ni afectar su Capital de Trabajo.

6.3 DEPARTAMENTO DE VENTAS Y MERCADEO

Objetivo

Lograr el reconocimiento y recordación de marca.

Lograr altos niveles de ventas que permitan tener mayor presencia en el mercado y lograr unos ingresos suficientes, para tener un margen de utilidad que permita el crecimiento de la organización.

Estrategias:

Desarrollar ventas por catálogos que permitan reducir costos de ventas y faciliten el contacto con los clientes

Estrategias publicitarias, que permitan dar a conocer las características del producto y crear reconocimiento de la marca.

Creación de la página de internet de la empresa; que permita acceder a más clientes a menor costo y fortalece el reconocimiento de marca.

Políticas:

Estar permanentemente en contacto con los clientes, para escuchar sus necesidades y sus observaciones y sugerencias sobre los productos.

Todos los gastos de publicidad deben ser reportados al departamento Financiero y contable, con el fin de verificar y analizar su viabilidad.

7. ESTUDIO DEL MERCADO

La economía colombiana viene creciendo de manera constante durante los últimos años, es así como el crecimiento económico en el 2010 fue del 4,0% y para el 2011 presentó un crecimiento del 5.9% (Ver Gráfica 3), jalonado especialmente, por el aumento en el sector minero y del transporte (ver gráfica 4), pero también por un aumento en el consumo equivalente al 5.8%. Lo que crea buenas expectativas para toda la industria colombiana en general.

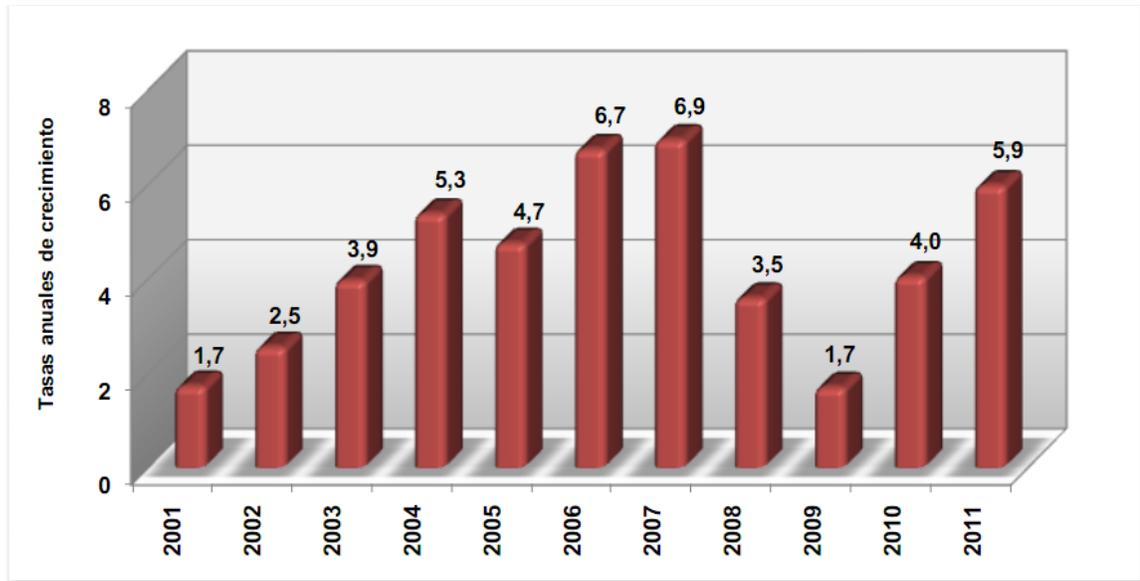
Además, según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE, para el primer trimestre del 2012, el consumo en los hogares colombianos de productos cosméticos y de cuidado personal aumentó en un 17%, y los de aseo del hogar aumentó 10.1% (Ver Gráfica 5), lo que representa un gran crecimiento del mercado y brinda para la empresa, posibilidades de participación en él

Es decir, que con una demanda interna de productos de aseo en aumento, y teniendo en cuenta estudios como los que realiza Proexport [3], en los que determina que Colombia es el quinto mercado en Latinoamérica en ventas de productos de aseo y cosmética, con unas ventas de US\$ 6.235 millones en el 2010; se observan muy buenas condiciones para que DIMONTIF desarrolle estrategias agresivas de penetración en el mercado y piense, en un mediano plazo, en la posibilidad de exportar a otros países de la región.

[3] PROEXPORT. Informe sector cosmético y artículos de aseo Colombia [on line]. Colombia, Oct. 2011 En: Internet: URL: http://www.inviertaencolombia.com.co/images/stories/Perfil_Cosmeticos_y_Articulos_de_Aseo_Octubre_2011.pdf

Con mayor razón, si se tiene en cuenta que la firma de tratados como los de libre comercio, reducen aranceles y trabas para acceder a otros mercados y brindan además, la posibilidad de disminuir costos de producción; hacen parte de la estrategia comercial del actual gobierno colombiano.

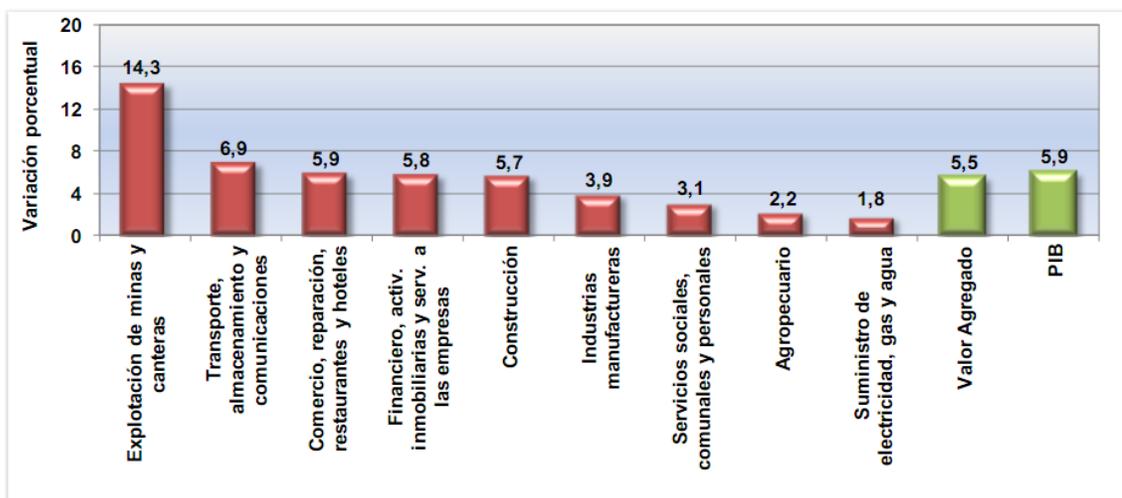
Gráfica 3. CRECIMIENTO ECONÓMICO COLOMBIA



Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Fuente: DANE

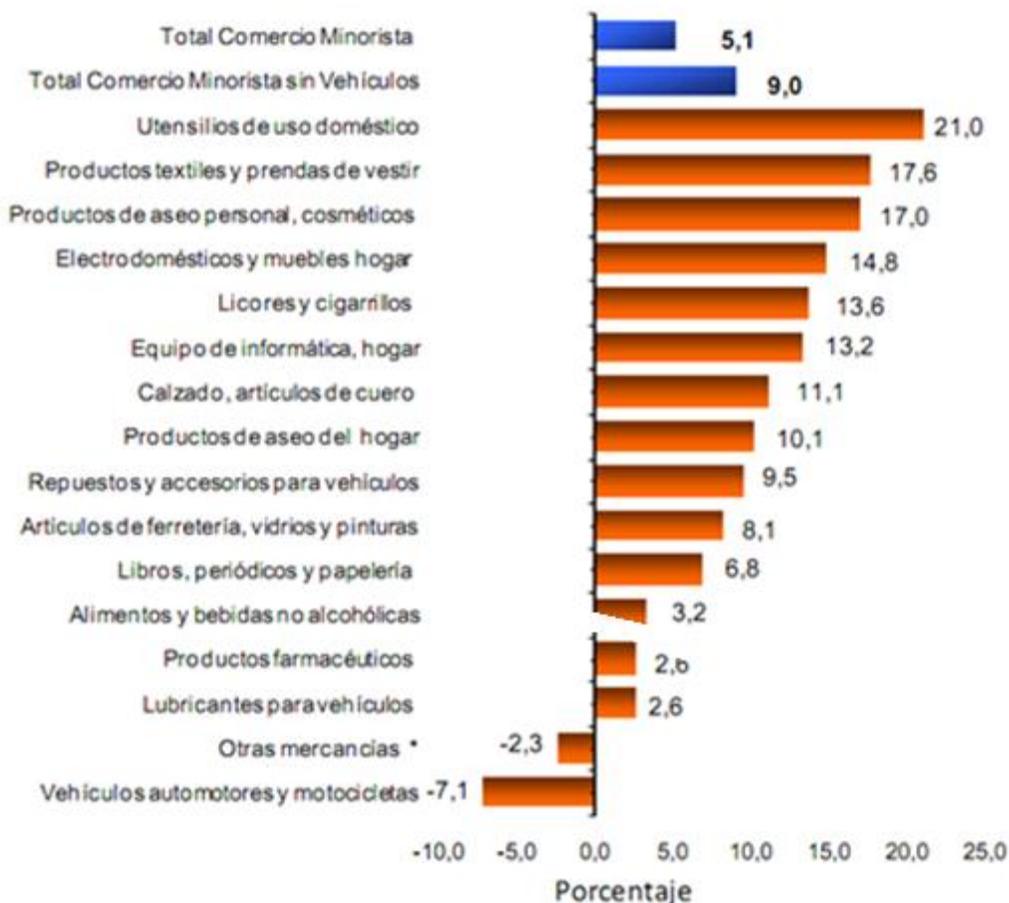
Gráfica 4. VARIACIÓN RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN COLOMBIA



Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Fuente: DANE

Gráfica 5. VARIACIÓN DE LAS VENTAS REALES A NIVEL NACIONAL TRIMESTRE ENERO A MARZO DEL 2012



Fuente: DANE

8. DIAGNÓSTICO Y CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO Y DE SU ENTORNO

Para una correcta administración del negocio y de la elaboración de un análisis financiero acertado, es indispensable realizar un diagnóstico previo del negocio, para conocer cuáles son sus fortalezas y oportunidades, pero también para identificar de la misma manera, cuales son los riesgos y dificultades que atraviesa.

Por lo que se utilizarán herramientas de diagnóstico utilizadas por la Auditoría, como lo son la Matriz DOFA, el análisis GESI, que según lo explica Rodrigo

Estupiñan [4], mide los factores tanto internos como externos, gubernamentales, económicos, sociales e informáticos que pueden incidir en el negocio. De la misma manera se realiza un análisis de DIMONTIF, basado en la influencia de las cinco fuerzas de Porter, en las que según Daniel Martínez y Artemio Milla [5], se determinan los factores del entorno industrial y comercial de la empresa, que pueden incidir en su desempeño económico.

Se revisa además, de qué manera se pueden incluir en las políticas de la empresa, la filosofía de la Toyota, de las cinco eses en las que, según María de los Ángeles Gil [6], se busca producir de una manera ordenada, limpia y sin desperdicios tanto de materiales, como de personal.

Por último, a través de la herramienta TASCOI, se analizan los diferentes stakeholders que intervienen en la empresa.

8.1 MATRÍZ DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del negocio • Investigación permanente que permite el desarrollo de nuevos productos • Capacitación y entrenamiento continuos al personal de producción, que permite la elaboración de productos de calidad • Sentimiento de pertenencia en todos los que hacen parte de la empresa • Cultura del autocontrol entendida como la manera más eficiente de realizar todas las funciones y procesos • Manejo de precios de venta competitivos • Buena atención al cliente • Mejoramiento continuo de 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco personal que no permite una segregación de funciones clara • No contar con una estructura organizacional bien definida • Ser nuevos en el mercado. • No ser reconocidos por los clientes potenciales. • No contar con suficiente capital para obtener el registro Invima de los productos • Dificultad para obtener crédito por no tener experiencia crediticia

[4] ESTUPIÑAN, Rodrigo. ESTUPIÑAN, Orlando. 2006. Análisis Financiero y de Gestión. (2da ed.). Colombia; Ecoe ediciones. Pág. 204-208

[5] MARTINEZ, Daniel. MILLA, Artemio. 2005. La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral. España; Ediciones Díaz de Santos. Pág. 50-52

[6] GIL María. GINER, Fernando.1996. Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Casos prácticos. (2 da ED.). España; ESIC editorial. Pág. 186

<p>procesos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad de los productos como factor de fundamental de los procesos y de la adquisición de insumos • Una vez que los clientes utilizan los productos hay fidelidad hacia la marca. 	
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demanda permanente de los productos. • Fácil distribución de los productos. • Poca variación en el precio de los insumos durante el periodo • Hay un creciente interés en el mercado por productos de aseo que no afecten al medio ambiente y que estén elaborados con productos naturales, lo cual es una fortaleza de los productos de la empresa. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedad de competencia, reconocida en el mercado. • Regulaciones y normatividad que afectan al sector e incrementan los costos de producción y los gastos de funcionamiento. • Competidores inescrupulosos que han creado desconfianza en los clientes porque venden productos de baja calidad. • Dificultad para acceder a canales de distribución masiva como grandes superficies y supermercados. • Las patentes adquiridas por las grandes multinacionales, hacen que sea difícil acceder a los insumos necesarios para elaborar nuevos productos. • La falta del registro sanitario de los productos, puede crear desconfianza en los clientes. • Políticas de altas tasas de interés para el Microcrédito, lo que aumenta los gastos financieros.

8.2 GESI

FACTORES GUBERNAMENTALES

Nueva normatividad en cuanto a requerimientos de los productos de aseo para el hogar, como son la resolución 3773 del 2004 del Ministerio de la Protección social e incluso lineamientos de organismos internacionales como la Comunidad Andina de Naciones (CAN), que en la decisión 516 del 2000, dicta requerimientos que deben tener los productos cosméticos y de aseo para ser comercializados en la zona, y que han sido adoptados por el gobierno nacional, como especificaciones para los productos elaborados en todo el país. Esta normatividad hace que sea más oneroso y complejo desarrollar y elaborar productos de aseo, mientras que en países como Estados Unidos, no existen este tipo de disposiciones ni el requisito de registro sanitario, sino que es el mercado y los clientes, quienes regulan el sector.

Las políticas salariales también afectan el negocio porque con los incrementos salariales, también aumentan los pagos y aportes patronales, que ocasionan que por cada empleado, se deba pagar más de un 50% adicional del sueldo en prestaciones sociales, seguridad social y pago de parafiscales.

FACTORES ECONÓMICOS

Políticas en el sector financiero, que determinan altas tasas de interés para el Microcrédito, lo que aumenta los gastos financieros. Además, la dificultad para acceder a créditos que hagan posible la adquisición del Registro INVIMA, que tienen un alto costo por producto.

FACTORES SOCIALES

Los consumidores son fácilmente influenciados por la publicidad y tienen la convicción que los productos anunciados en los medios, son los de mejor calidad.

Debido al desempleo y factores como la inflación, las personas gastan menos dinero en productos de aseo. Además los factores ambientales también pueden afectar su disposición a adquirir productos para el aseo.

FACTORES INFORMÁTICOS, DE RIESGO O TECNOLÓGICOS

Sistema de producción no tecnificado, que demanda mayor cantidad de horas/hombre

Canales de distribución al menudeo, que ocasionan niveles de ventas no muy elevados

Inexistencia de software contable, que ocasiona demoras en la consolidación del sistema de contabilidad.

8.3 LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

AMENAZA DE COMPETIDORES POTENCIALES.

En el sector de los productos de aseo, siempre hay nuevos competidores. Algunos con productos de muy bajo precio, pero con baja calidad y sin cumplir especificaciones mínimas que no afecten la salud humana. Y los grandes competidores, que son las empresas multinacionales que llevan muchos años de experiencia en el mercado y que desarrollan nuevos productos constantemente.

Las políticas gubernamentales sobre especificaciones técnicas y permisos especiales para la elaboración del producto, incrementan los costos del producto y los gastos de operación. Además, hacen necesario contar con suficiente capital para poder obtener el registro sanitario de cada uno de los productos, lo cual limita la competencia.

El acceso a canales de distribución masiva como grandes superficies y supermercados, es destinado a productos de reconocida calidad, mientras que para los pequeños productores hay más restricciones.

La venta de productos por catálogo crea posibilidades para disminuir costos de distribución, pero se requieren muchos vendedores para incrementar considerablemente el nivel de ventas.

Las patentes adquiridas por las grandes multinacionales, hacen que sea difícil acceder a los insumos necesarios para elaborar nuevos productos

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

El mercado de los productos de aseo es muy competitivo y existe mucha desigualdad entre las empresas posicionadas en el mercado y las nuevas empresas debido a las diferentes especificaciones que se deben cumplir para comercializar libremente los productos.

Pero una vez que se ha logrado que los clientes comprueben la calidad del producto, es muy fácil crear fidelidad hacia la marca

PODER DE LOS PROVEEDORES

Hay variedad de proveedores en el mercado, pero la calidad de los insumos varía mucho de uno a otro. Por lo que la cantidad de proveedores de insumos de excelente calidad, es reducida. Los precios de los insumos varían muy poco durante el periodo.

El costo de los insumos para algunos de los productos es muy alto y para ser competitivos, el precio de venta no puede ser muy alto, por lo que para algunos productos el margen de utilidad es bajo, pero se puede compensar con el margen de utilidad de otros.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Al tratarse de productos de consumo masivo siempre habrá una gran demanda por parte de los clientes

Los clientes de los productos industriales crean la posibilidad de vender grandes volúmenes con negociación de precios.

Una vez que el cliente conoce el producto y este satisface sus necesidades, se crea fácilmente fidelidad

Aunque el precio de venta es un factor importante para que prefiera un producto, la calidad y el valor agregado que se le brinde, pasan a ser factores mucho más determinantes

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Aunque los productos de aseo no tienen sustitutos, los clientes prefieren aquellos que tienen una marca reconocida y que satisfacen al tiempo varias necesidades

Hay un creciente interés en productos de aseo que no afecten al medio ambiente y que estén elaborados con productos naturales.

8.4 LAS 5 ESES

Separar innecesarios	Clasificación de lo que es realmente necesario	En los espacios del área de producción solo hay los elementos necesarios para cada uno de los procesos, con lo que se previene el riesgo de accidentes y desperdicios
Situar necesarios	Organizar los elementos para que sea más fácil su utilización	Tener organizados tanto los insumos como los elementos a utilizar durante la producción para ahorrar tiempo y evitar el riesgo de utilizar el insumo equivocado
Suprimir suciedad	Limpieza en todos los lugares de la fábrica	La limpieza como condición fundamental, para evitar el riesgo de contaminación de los productos, mezcla accidental de insumos o accidentes de los operarios
Señalizar anomalías	Evitar todo el tiempo que haya suciedad y desorden	Mantener en todas las áreas de la empresa la cultura del orden y el aseo en todos los procesos
Seguir mejorando	Lograr que todos se ajusten a este sistema de orden	Lograr hacer entender a todos los que hacen parte de la empresa la importancia de cumplir con estas políticas para facilitar la producción, evitar accidentes y desperdicios, y para hacer más agradable el ambiente laboral

8.5 TASCOI

Transformación:

La empresa se dedica a la elaboración de productos de aseo para el hogar, la industria y el cuidado personal.

Actores:

Las personas encargadas del proceso de producción son los operarios, que son capacitados continuamente, para mejorar el proceso productivo y la calidad de los productos.

Suministradores o proveedores:

Aunque hay gran cantidad de proveedores de insumos para la elaboración de los productos, se ha hecho alianza con “QUIMIESENCIAS” y “OLIMPIC”, ya que además de suministrar insumos de muy buena calidad a precios razonables, brindan la posibilidad de capacitación para los encargados de la elaboración de los productos

Clientes o usuarios:

Los productos están dirigidos a todo tipo de clientes, pero se ha buscado llegar a salones de belleza, microempresas y pequeñas empresas, centros de estética y spas; y se tiene dos puntos de venta además, en un sector netamente residencial, proyectado a la venta a amas de casa y público en general.

Owners o dueños:

Es una empresa familiar de propiedad de una persona natural, es decir que no hay socios y en la realidad, no cuenta con una estructura organizacional definida.

Intervinientes:

El estado a través de los organismos de control del sector, como el INVIMA, la superintendencia de industria y comercio, la DIAN; las entidades como la Cámara de comercio y el Ministerio de protección social, que dictan normatividades y regulaciones que inciden sobre los procesos de producción, los costos y los gastos de operación. Otras entidades como la cámara de comercio, que brinda asesorías y capacitación para lograr que las empresas sean competitivas y se mantengan en el mercado.

8.6 PRINCIPAL RIESGO QUE ENFRENTA LA EMPRESA

El principal riesgo que corre la empresa es que durante el proceso de producción se cometa un error que lleve a que algún producto cause lesiones o afecte la salud e integridad de un cliente.

Dentro de otros riesgos que corre, está el desperdicio de insumos causado por la no observancia de las medidas de precaución en el manejo de los materiales químicos y el no seguimiento estricto de las fórmulas de elaboración de los productos.

9. CAMBIOS A INTRODUCIR

Consolidación de un sistema contable que permita conocer en tiempo real la situación financiera de la empresa, determinar su factibilidad en el tiempo, determinar los flujos de efectivo que le permitan seguir desarrollando su objeto social y la realización de un análisis financiero basado en cifras reales, que permitan fortalecer el crecimiento de la empresa y evitar que salga del mercado como ocurre con gran parte de las microempresas y negocios familiares.

10. APALANCAMIENTO

Como ya se ha analizado el microcrédito en Colombia resulta muy oneroso, porque las entidades financieras aumentan los intereses de acuerdo al riesgo del crédito, por lo que para conseguir el efectivo que permita a la empresa seguir operando, se utilizaran como apalancamiento el precio de venta, mezclado con factores de calidad del producto y de valor agregado, que permitan que los flujos de efectivo sean positivos para la compañía. Lo cual se logrará con estrategias que permitan un reconocimiento de la marca por parte de los clientes actuales y los potenciales.

11. PRESENTACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS

Una de las principales preocupaciones contables para la empresa, es la determinación de los costos de producción, que permitan determinar la utilidad que se genera en la fabricación, por lo que se determinan dichos costos por medio del sistema de órdenes de producción, en la que se elabora una orden para cada producto fabricada, determinando el costo de

materiales, mano de obra directa y una tasa aplicada de Costos Indirectos de Fabricación, ya que al producir tantos productos distintos, es muy difícil determinar cuánto consume cada uno de ellos de los CIF.

Se determina que los CIF, se generan en gran medida por el consumo de materiales indirectos como envases y etiquetas, por lo que su base de aplicación se determina como un porcentaje de los materiales directos, y al final de cada periodo se realiza un ajuste que determine la sobre aplicación o su aplicación de los CIF. A continuación se presenta un ejemplo de las órdenes de producción que maneja la empresa (Ver anexo A)

Anexo A. ÓRDEN DE PRODUCCIÓN DIMONTIF

DIMONTIF DIANA M. JARAMILLO NIT. 52.080.762-5				
ÓRDEN DE PRODUCCIÓN No. 47		FECHA		
Fabricación 130 LT JABÓN LAVADORA		DIA	MES	AÑO
		2	MAY	12
CONSUMO DE MATERIALES				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CMC	Gramos	1.250	\$ 16	\$ 19.823
ÁCIDO SULFÓNICO	Mililitros	3.000	\$ 10	\$ 28.990
SODA LÍQUIDA	Mililitros	750	\$ 2	\$ 1.804
NONILFENOL 10 Mol	Mililitros	4.000	\$ 9	\$ 36.170
FORMOL	Mililitros	150	\$ 5	\$ 763
FRAGANCIA SUAVIMEX	Mililitros	1.000	\$ 41	\$ 40.506
COLORANTE	Mililitros	325	\$ 3	\$ 975
			TOTAL	\$ 129.031
CONSUMO MANO DE OBRA				
TAREA	TRABAJADOR	MINUTOS	COSTO POR MINUTO	COSTO TOTAL
Elaboración jabón	1	360	\$ 89	\$ 32.166
Envasado jabón	1	32	\$ 65	\$ 2.077
			TOTAL	\$ 34.243
CONSUMO CIF				
APLIC. CIF MAT.D		\$ 129.031	33,6121%	\$ 43.370
			TOTAL	\$ 43.370
TOTAL COSTOS ORDEN DE PRODUCCIÓN				\$ 206.644
			COST UNIT MILILITRO	\$ 1,59

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar, el costo de materiales, es el que tiene mayor peso dentro del costo, por lo que con base a él se determina el porcentaje de aplicación de los CIF

Al final de cada mes, se determina, el costo del producto terminado, a través del estado de Costos, en el que se establece el costo de cada uno de los tres elementos del costo de producción, es decir de los materiales directos consumidos en el mes, la mano de obra directa que se necesitó y los CIF reales que se consumieron en el proceso de fabricación.

El Estado de Costos alimenta, a la vez, el Estado de resultados, en el que además de determinar el costo de venta, se determina la utilidad del ejercicio, es decir se determina cuan eficiente es la empresa en su operación. La utilidad afecta directamente al Patrimonio, que es una de las cuentas del balance general de la entidad, en el que se refleja la situación financiera de la empresa y es una herramienta fundamental para determinar si la compañía es viable o no.

A continuación se presentaran los estados financieros de DIMONTIF, para que se pueda apreciar el crecimiento que ha mostrado en los últimos cinco meses, es decir, desde el primero de enero de 2012, fecha en que se inició el proceso de implementación de la contabilidad.

11.1 ESTADOS FINANCIEROS A ENERO 01 DE 2012

Anexo B. BALANCE GENERAL A ENERO 01 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
BALANCE INICIAL
A ENERO 01 DE 2012

ACTIVO		%
ACTIVO CORRIENTE		89.5%
DISPONIBLE	\$ 3.194.327	43.8%
CAJA	\$ 30.000	
BANCOS	<u>\$ 3.164.327</u>	
INVERSIONES	\$ 2.600.000	35.7%
OTRAS INVERSIONES	<u>\$ 2.600.000</u>	
INVENTARIOS	<u>\$ 1.498.331</u>	20.5%
MATERIALES	\$ 1.102.100	
PRODUCTO TERMINADO	<u>\$ 396.231</u>	10.5%
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	<u>\$ 855.000</u>	
EQUIPO DE OFICINA	\$ 603.000	
EQUIPO DE COMPUTACION Y COM.	<u>\$ 252.000</u>	
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 8.147.658</u>	100%
PASIVO		\$ 0
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	\$ 8.147.658	100%
CAPITAL PERSONA NATURAL	<u>\$ 8.147.658</u>	
TOTAL PATRIMONIO	<u>\$ 8.147.658</u>	100%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$ 8.147.658</u>	100%

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS

El primer Estado financiero que se elabora a enero 01 de 2012, es un balance inicial, que permita identificar en qué condiciones financieras comienza a funcionar la empresa. (Ver Anexo B).

Es así como la empresa inicia operaciones con un capital social aportado por su propietaria, de \$8.147.658, representados en un 89.5% por activos corrientes, lo que sumado a la ausencia de pasivos, hace que la empresa inicie con un capital de trabajo que le permite iniciar operaciones sin dificultades de liquidez.

Para el momento en que DIMONTIF comienza sus operaciones, su Capital Neto de Trabajo corresponde al mismo activo corriente, pues esta empresa inicia con un capital propio y no se requiere adquirir obligaciones financieras con terceros.

En cuanto a los componentes del activo corriente, se observa que en su mayoría 43.8%, corresponde al disponible, mientras que las inversiones corresponden al 35.7 %. Estas inversiones son participaciones que se tienen en puntos de venta de productos de aseo, denominados Casitas de Aseo, en los cuales se invirtió dinero para que comenzaran a operar, generando recursos para personas que no pueden acceder fácilmente al mercado laboral y generando a la vez puntos de venta al detal de los productos de aseo que fabrica la empresa.

Por su parte los inventarios corresponden al 20.5% del total del activo corriente. Este nivel de inventarios se da en primer lugar porque para ahorrar gastos en transportes y en tiempo, así como también para obtener descuentos comerciales, las compras de materiales e insumos se realizan una vez al mes, y generalmente ascienden a cerca del \$1.500.000.

La Prueba Ácida, ($\$7.292.658 - \$1.498.331 = \$5.794.327$), indica que los activos de fácil realización o liquidez inmediata, continúa siendo positiva, claro está que como no se presentan obligaciones con terceros, no se puede determinar el porcentaje de la prueba ácida como tal.

11.2 ESTADOS FINANCIEROS ENERO 1 A 31 DE 2012

Anexo C. ESTADO DE COSTOS ENERO 1 A 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN
ENERO 01 A 31 DE 2012

MATERIALES	
INVENTARIO INICIAL MATERIALES	\$ 1.102.100
(+)COMPRA MATERIALES	\$ 1.371.850
(-)INVENTARIO FINAL MATERIALES	\$ 1.823.607
(=)MATERIALES CONSUMIDOS	\$ 650.343
MANO DE OBRA DIRECTA	
CONSUMO MANO DE OBRA ENERO	\$ 131.082
(=) COSTO PRIMO	\$ 781.426
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
ENVASES	
INV INICIAL	\$ 312.231
COMPRAS	\$ 328.550
INVENT FINAL	\$ 467.758
TOTAL ENVASES CONSUMIDOS	\$ 173.023
ARRIENDO	\$ 121.500
TOTAL COSTOS INDIRECTOS FABRICAC	\$ 294.523
TOTAL COSTO PRODUCTO TERMINADO	\$ 1.075.949

GERENTE

CONTADOR
PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo D. ESTADO DE RESULTADOS ENERO 01 A 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE RESULTADOS
ENERO 01 A 31 DE 2012

INGRESOS		%
VENTAS	\$ 1.729.200	100%
(-) DEVOLUCIONES EN VENTAS	\$ 0	
(=) VENTAS NETAS	\$ 1.729.200	100%
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 1.075.949	62.2%
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 653.251	37.8
(-) GASTOS	\$ 595.255	34.4%
OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN	\$ 341.403	19.7%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 212.102	
ARRIENDO	\$ 6.750	
GASTOS LEGALES	\$ 78.000	
DIVERSOS	\$ 25.000	
DEPRECIACION	<u>\$ 19.551</u>	
OPERACIONALES DE VENTAS	<u>\$ 253.852</u>	14.7%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 212.102	
ARRIENDOS	\$ 6.750	
DIVERSOS	<u>\$ 35.000</u>	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 57.996	3.4%
(+) INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 864.850	50%
PARTICIPACIONES	<u>\$ 864.850</u>	
(-) GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 0	
(=) UTILIDAD LÍQUIDA	\$ 922.846	53.4%
(-) RESERVA OCASIONAL (10%)	\$ 92.285	
(=)UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 830.561	48%

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo E. BALANCE GENERAL A ENERO 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
BALANCE GENERAL
A ENERO 31 DE 2012

ACTIVO		%
ACTIVO CORRIENTE	\$ 8.235.054	90.8%
DISPONIBLE	\$ 3.259.691	39.6%
CAJA	\$ 95.364	
BANCOS	<u>\$ 3.164.327</u>	
INVERSIONES	\$ 2.600.000	31.6%
OTRAS INVERSIONES	<u>\$ 2.600.000</u>	
INVENTARIOS	\$ 2.375.363	28.8%
MATERIALES	\$ 2.291.364	
PRODUCTO TERMINADO	<u>\$ 83.999</u>	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	<u>\$ 835.449</u>	9.2%
EQUIPO DE OFICINA	\$ 603.000	
EQUIPO DE COMPUT Y COMUN	\$ 252.000	
(-)DEPRECIACIÓN ACUMULADA	<u>\$ 19.551</u>	
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 9.070.503</u>	100%
PASIVO		\$ 0
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	\$ 8.147.658	89.8%
CAPITAL PERSONA NATURAL	<u>\$ 8.147.658</u>	
RESERVAS	\$ 92.285	1%
RESERVAS OCASIONALES	<u>\$ 92.285</u>	
RESULTADO DEL EJERCICIO	<u>\$ 830.561</u>	9.2%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	<u>\$ 830.561</u>	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 9.070.504	100%
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	<u>\$ 9.070.504</u>	100%

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo F. ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO ENERO 1 A 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
 DIMONTIF
 NIT 52.080.762-5
 ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO
 ENERO 1 A 31 DE 2012

CONCEPTO	SALDO A ENERO-01-12	AUMENTO	DISMINUCIÓN	SALDO A ENERO-31-12
CAPITAL SOCIAL	\$ 8.147.658	\$ 0	\$ 0	\$ 8.147.658
RESERVAS				
LEGAL	\$ 0	\$ 92.285		\$ 92.285
UTILIDADES				
DEL EJERCICIO	\$ 0	\$ 830.561		\$ 830.561
ACUMULADAS	\$ 0	0	\$ 0	
TOTAL	\$ 8.147.658	\$922.845	\$ 0	\$ 9.070.504

 GERENTE

 CONTADOR PÚBLICO
 TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo G. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO ENERO 1 A 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO
ENERO 1 A 31 DE 2012

ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	
(+)EFECTIVO RECIBIDO DE CLIENTES	\$ 1.729.200
(+)PARTICIPACIONES RECIBIDAS	\$ 864.850
(-)PAGO A EMPLEADOS	\$ 555.286
(-)PAGO A PROVEEDORES	\$ 1.700.400
(-)PAGO ARRIENDOS	\$ 135.000
(-)PAGO GASTOS LEGALES	\$ 78.000
(-)PAGO GASTOS DIVERSOS	<u>\$ 60.000</u>
TOTAL ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	\$ 65.364
ACTIVIDAD DE INVERSIÓN	\$ 0
ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 0
AUMENTO NETO EN EFECTIVO	\$ 65.364
(+) SALDO INICIAL	\$ 3.194.327
(=) SALDO DE EFECTIVO	\$ 3.259.691

GERENTE

CONTADOR
PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS

Como se puede evidenciar en el anexo C y D, el costo de producto terminado para el primer mes del año (\$1.075.949), va directamente a afectar el Estado resultados del mismo mes

En cuanto a Los indicadores de operación de la empresa, se puede determinar (Ver anexo D), que el costo de producción equivale al 62.2% de las ventas ($\$1.075.949 / \$1.729.200 * 100$), lo que indica que se deben realizar estrategias de ventas que permitan incrementar los ingresos, acompañadas de mecanismos que hagan más eficiente la producción.

En cuanto a los indicadores de rentabilidad, se observa que el margen bruto de la empresa en enero ($\$653.251 / \$1.729.200 * 100$), fue de apenas el 37.8 %, por lo que al absorber los gastos del mes, deja un margen operacional ($\$57.996 / \$1.729.200 * 100$), de apenas el 3.4% de las ventas netas realizadas en el periodo, por lo que se hace necesario que la empresa elabore planes de ventas que permitan aumentar sus ingresos operacionales, ya que es claro que los costos de producción, para el tipo de productos que elabora la empresa son difícilmente reducibles, porque puede afectar la calidad y presentación del producto.

En lo referente a la rotación de inventarios, se calcula dividiendo el inventario total promedio, incluidos materiales y productos terminados (\$1.936.847), entre el costo de producción (\$1.075.949), lo que arroja un índice de 1.8; es decir que si dividimos los 30 días del mes entre este índice, indica que los materiales y los productos terminados, permanecen en la empresa en promedio 16.7 días antes de ser vendidos. Lo que indica, una vez más, que se deben desarrollar estrategias de ventas para que los inventarios roten con mayor rapidez

El Balance general a enero 31 de 2012 (Ver anexo E), presenta nuevamente, un alto porcentaje de activo corriente, que representa el 90.8% del total de los activos. Lo que indica que la empresa no presenta problemas de liquidez, porque en ausencia de pasivos con terceros, su Capital Neto de Trabajo corresponde al mismo activo corriente.

En cuanto a los componentes del activo corriente, se observa que en enero 31, el 39.6%, corresponde al disponible, mientras que las inversiones corresponden al 31.6 %. Las participaciones que se tienen en los puntos de venta de productos de aseo, se mantienen en la misma cuantía, y se reciben los porcentajes de utilidad que corresponden a la inversión, los cuales corresponden a los ingresos no operacionales del Estado de resultados.

De otro lado, los inventarios corresponden al 28.8% del total del activo corriente. Lo que indica un aumento en los inventarios con respecto a enero 01, lo que corresponde a las proyecciones que se hacen de que para el mes siguiente, es decir en febrero, se incrementen las ventas, ya que es normal que el mes de enero presente ventas por debajo de lo normal. Esto implica que al comprar los materiales para la producción del mes de febrero, que se realiza a finales de enero, se presente un aumento en la compra de materiales e insumos.

La Prueba Ácida, ($\$8.235.054 - \$2.375.363 = \$5.859.691$), indica que los activos de fácil realización o liquidez inmediata, continúan siendo positivos, y se muestra ideal si se tiene en cuenta que dentro de las proyecciones que tiene la empresa está el incremento de su producción y sus niveles de ventas.

En cuanto a la rentabilidad del ejercicio, medida como la utilidad del ejercicio dividida por el patrimonio ($\$830.561 / \$9.070.504$), corresponde al 9.16%, es decir que en un mes, el dinero invertido en la empresa arroja una rentabilidad superior al porcentaje de rentabilidad que ofrecen muchas de las inversiones del mercado financiero.

En cuanto a los cambios del patrimonio, que experimenta la empresa durante enero, corresponden a su utilidad del ejercicio (Ver anexo F) y a las reservas que ha dispuesto la empresa para cubrir posibles pérdidas futuras.

Otro Estado financiero, es el Estado de flujo de efectivo, que determina de que manera es utilizado el disponible con el que cuenta la empresa, bien sea en sus actividades de operación, de inversión o de financiación; y arroja además el saldo del disponible al fin del mes, que debe corresponder a su saldo en libros, reflejado en el Balance General (Ver Anexo G).

11.3 ESTADOS FINANCIEROS FEBRERO 1 A 29 DE 2012

Anexo H. ESTADO DE COSTOS FEBRERO 1 A 29 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN
FEBRERO 01 A 29 DE 2012

MATERIALES

INVENTARIO INICIAL MATERIALES	\$ 1.823.607
(+)COMPRA MATERIALES	\$ 1.199.250
(-)INVENTARIO FINAL MATERIALES	\$ 2.166.366
(=)MATERIALES CONSUMIDOS	\$ 856.491

MANO DE OBRA DIRECTA

CONSUMO MANO DE OBRA FEBREO	\$ 148.998
(=) COSTO PRIMO	\$ 1.005.488

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

ENVASES

INV INICIAL	\$ 467.758
COMPRAS	\$ 82.000
INVENT FINAL	\$ 464.274
TOTAL ENVASES CONSUMIDOS	\$ 85.483

ARRIENDO	\$ 121.500
TOTAL COSTOS INDIRECTOS FABRICAC	\$ 206.983

TOTAL COSTO PRODUCTO TERMINADO	\$ 1.212.472
---------------------------------------	---------------------

GERENTE

CONTADOR
PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo I. ESTADO DE RESULTADOS FEBRERO 1 A 29 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE RESULTADOS
FEBRERO 01 A 29 DE 2012

		%
INGRESOS		
VENTAS	\$ 2.101.700	100%
(-) DEVOLUCIONES EN VENTAS	\$ 0	
(=) VENTAS NETAS	\$ 2.101.700	100%
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 1.212.472	57.7%
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 889.228	42.3%
(-) GASTOS	\$ 546.705	26%
OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN	\$ 285.853	13.6%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 212.102	
ARRIENDOS	\$ 6.750	
DIVERSOS	\$ 47.450	
DEPRECIACION	<u>\$ 19.551</u>	
OPERACIONALES DE VENTAS	<u>\$ 260.852</u>	12.4%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 212.102	
ARRIENDOS	\$ 6.750	
DIVERSOS	<u>\$ 42.000</u>	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 342.523	16.3%
(+) INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 1.017.750	
PARTICIPACIONES	<u>\$ 1.017.750</u>	
(-) GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 0	
(=) UTILIDAD LÍQUIDA	\$ 1.360.273	64.7%
(-) RESERVA OCASIONAL (10%)	\$ 136.0276	6.5%
(=)UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 1.224.246	58.3%

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo J. BALANCE GENERAL A 29 DE FEBRERO DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
BALANCE GENERAL
A FEBRERO 29 DE 2012 %

ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE		\$ 9.614.879	92.2%
DISPONIBLE	\$ 4.300.239		44.7%
CAJA	\$ 1.135.912		
BANCOS	<u>\$ 3.164.327</u>		
INVERSIONES		\$ 2.600.000	27%
OTRAS INVERSIONES	<u>\$ 2.600.000</u>		
INVENTARIOS		<u>\$ 2.714.640</u>	28.3%
MATERIALES	\$ 2.630.640		
PRODUCTO TERMINADO	<u>\$ 84.000</u>		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		<u>\$ 815.898</u>	7.8%
EQUIPO DE OFICINA	\$ 603.000		
EQUIPO DE COMPUT Y COMUNIC	\$ 252.000		
(-)DEPRECIACIÓN ACUMULADA		<u>\$ 39.102</u>	
TOTAL ACTIVO		<u>\$ 10.430.777</u>	100%
PASIVO			\$ 0
PATRIMONIO			
CAPITAL SOCIAL		\$ 8.147.658	78.1%
CAPITAL PERSONA NATURAL	<u>\$ 8.147.658</u>		
RESERVAS		\$ 228.312	2.2%
RESERVAS OCASIONALES	<u>\$ 228.312</u>		
RESULTADO DEL EJERCICIO		\$ 1.224.246	11.7%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	<u>\$ 1.224.246</u>		
RESULTADOS EJERCICIOS ANTERIORES		<u>\$ 830.561</u>	8%
UTILIDADES ACUMULADAS	<u>\$ 830.561</u>		
TOTAL PATRIMONIO		\$ 10.430.777	100%
TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO		<u>\$ 10.430.777</u>	100%

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo K. ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO FEBRERO 1 A 29 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO
FEBRERO 1 A 29 DE 2012

CONCEPTO	SALDO A FEBRE-01-12	AUMENTO	DISMINUCIÓN	SALDO A FEBRE-29-12
CAPITAL SOCIAL	\$ 8.147.658	\$ 0	\$ 0	\$ 8.147.658
RESERVAS				
LEGAL	\$ 92.285	\$ 136.027		\$ 228.312
UTILIDADES				
DEL EJERCICIO	\$ 0	\$ 1.224.246		\$ 1.224.246
ACUMULADAS	\$ 830.561	0	\$ 0	\$ 830.561
TOTAL	\$ 9.070.504	\$ 1.360.273	\$ 0	\$ 10.430.777

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo L. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO FEBRERO 1 A 29 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO
FEBRERO 1 A 29 DE 2012

ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	
(+)EFECTIVO RECIBIDO DE CLIENTES	\$ 2.101.700
(+)PARTICIPACIONES RECIBIDAS	\$ 1.017.750
(-)PAGO A EMPLEADOS	\$ 573.202
(-)PAGO A PROVEEDORES	\$ 1.281.250
(-)PAGO ARRIENDOS	\$ 135.000
(-)PAGO GASTOS DIVERSOS	\$ 89.450
TOTAL ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	\$ 1.040.548
ACTIVIDAD DE INVERSIÓN	\$ 0
ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 0
AUMENTO NETO EN EFECTIVO	\$ 1.040.548
(+) SALDO INICIAL	\$ 3.259.691
(=) SALDO DE EFECTIVO	\$ 4.300.239

GERENTE

CONTADOR
PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS

El mes de febrero de 2012, se inicia nuevamente elaborando el estado de costos y el Estado de resultados (Ver anexo H, y el anexo I), en los que se observa que el costo de producción equivale al 57.7% de las ventas ($\$1.212.472 / \$2.101.700 * 100$), lo que indica que se disminuye 4.5%, con respecto al mes anterior, ocasionado seguramente por el incremento de las ventas, ya que estas aumentaron en un 21.5%. De esta manera se cumple la

proyección de aumento de ventas para el mes de febrero y por consiguiente el aumento de producción.

En cuanto a los indicadores de rentabilidad, se observa que el margen bruto de la empresa en febrero ($\$889.228 / \$2.101.700 * 100$), es del 42.3%, superior al del mes anterior y que alcanza, luego de absorber los gastos del mes, un margen operacional ($\$342.523 / \$2.101.700 * 100$), del 16.3%, muy superior al 3.4% del mes anterior. Todo lo anterior indica una operación más eficiente, que arroja mejores utilidades, pero que seguramente se puede mejorar a través de estrategias de producción que permitan utilizar de mejor manera la capacidad instalada.

En lo referente a la rotación de inventarios, se calcula nuevamente, dividiendo el inventario total promedio, incluidos materiales y productos terminados ($\$2.196.111$), entre el costo de producción ($\$1.212.472$), lo que arroja nuevamente un índice de 1.81; es decir que al dividir los 30 días del mes entre este índice, indica que los materiales y los productos terminados, permanecen en la empresa en promedio 16.6 días antes de ser vendidos. Lo que indica, una vez más, que se deben desarrollar estrategias de ventas para que los inventarios roten con mayor rapidez.

El Balance general a febrero 29 (Ver anexo J), presenta nuevamente, un alto porcentaje de activo corriente, que representa el 92.2% del total de los activos. Lo que indica que la empresa no presenta problemas de liquidez, porque en ausencia de pasivos con terceros, su Capital Neto de Trabajo corresponde al mismo activo corriente.

En cuanto a los componentes del activo corriente, se observa que en febrero, el 44.7%, corresponde al disponible, mientras que las inversiones corresponden al 27 %. Lo que muestra la tendencia de aumento del efectivo, que se hace necesario porque dentro de las metas a corto plazo de la empresa, está la de obtener el registro sanitario del INVIMA, para al menos tres de los productos, lo que implica una inversión de al menos $\$6.000.000$, que deben estar a disposición de la empresa, para el momento en el que se deban pagar.

Las participaciones que se tienen en los puntos de venta de productos de aseo, se mantienen en la misma cuantía, y se reciben los porcentajes de utilidad que corresponden a la inversión, los cuales corresponden a los ingresos no operacionales del Estado de resultados.

De otro lado, los inventarios corresponden al 28.3% del total del activo corriente. Lo que indica que se mantiene el mismo porcentaje del mes anterior.

La Prueba Ácida, ($\$9.614.879 - \$2.714.640 = \$6.900.239$), indica que los activos de fácil realización o liquidez inmediata, continúan siendo muy positivos, y se muestra ideal si se tiene en cuenta que dentro de las proyecciones que tiene la empresa está el pago del registro INVIMA, que permita incrementar las ventas; y la compra de maquinaria que permita incrementar los niveles de producción, que permitan responder a la demanda de productos.

En cuanto a la rentabilidad del ejercicio, en enero correspondía al 9.16% y en febrero corresponde al 11.74% ($\$1.224.246 / \$10.430.777$), lo que indica que la rentabilidad de los aportes aumenta más del 2.5% en un mes, mucho mayor a cualquier interés del mercado financiero.

Los cambios en el patrimonio corresponden una vez más a las utilidades del ejercicio y al aumento de las reservas (Ver Anexo K), para enfrentar posibles pérdidas futuras.

De la misma manera, el Estado de flujos de efectivo (Ver Anexo L), para el mes de febrero, corresponde a las salidas de efectivo, en las actividades de operación, como lo son el pago a proveedores, empleados, arriendos; así como también a las entradas de disponible, proveniente de las ventas a clientes y a las participaciones recibidas de las inversiones que se poseen en las casitas de aseo en las que se distribuyen los productos.

11.4 ESTADOS FINANCIEROS MARZO 1 A 31 DE 2012

Anexo M. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN MARZO 1 A 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN
MARZO 01 A 31 DE 2012

MATERIALES	
INVENTARIO INICIAL MATERIALES	\$ 2.166.366
(+)COMPRA MATERIALES	\$ 1.172.700
(-)INVENTARIO FINAL MATERIALES	\$ 2.393.725
(=)MATERIALES CONSUMIDOS	\$ 945.341
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 166.612
CONSUMO MANO DE OBRA MARZO	\$ 166.612
(=) COSTO PRIMO	\$ 1.111.952
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
ENVASES	
INV INICIAL	\$ 464.274
COMPRAS	\$ 201.900
INVENT FINAL	\$ 473.922
TOTAL ENVASES CONSUMIDOS	\$ 192.252
ARRIENDO	\$ 121.500
TOTAL COSTOS INDIRECTOS FABRICAC	\$ 313.752
TOTAL COSTO PRODUCTO TERMINADO	\$ 1.425.704

GERENTE

CONTADOR
PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo N. ESTADO DE RESULTADOS MARZO 1 A 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
 DIMONTIF
 NIT 52.080.762-5
 ESTADO DE RESULTADOS
 MARZO 01 A 31 DE 2012

INGRESOS			%
VENTAS		\$ 2.350.300	100%
(-) DEVOLUCIONES EN VENTAS		\$ 0	
(=) VENTAS NETAS		\$ 2.350.300	100%
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN		\$ 1.425.704	60.7%
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 924.596	39.3%
(-) GASTOS		\$ 529.505	22.5%
OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN	\$ 268.653		11.4%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 212.102		
ARRIENDOS	\$ 6.750		
DIVERSOS	\$ 30.250		
DEPRECIACION	\$ 19.551		
OPERACIONALES DE VENTAS	\$ 260.852		11.1%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 212.102		
ARRIENDOS	\$ 6.750		
DIVERSOS	\$ 42.000		
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 395.091	16.8%
(+) INGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 1.041.750	
PARTICIPACIONES	\$ 1.041.750		
(-) GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 0	
(=) UTILIDAD LÍQUIDA		\$ 1.436.841	61.1%
(-) RESERVA OCASIONAL (10%)		\$ 143.684	6.1%
(=)UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 1.293.157	55%

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
 TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo O. BALANCE GENERAL A MARZO 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
BALANCE GENERAL
A MARZO 31 DE 2012

		%
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE	\$ 10.271.271	92.8%
DISPONIBLE	\$ 4.719.623	45.9%
CAJA	\$ 1.555.296	
BANCOS	<u>\$ 3.164.327</u>	
INVERSIONES	\$ 2.600.000	25.3%
OTRAS INVERSIONES	<u>\$ 2.600.000</u>	
INVENTARIOS	<u>\$ 2.951.648</u>	28.8%
MATERIALES	\$ 2.867.647	
PRODUCTO TERMINADO	<u>\$ 84.001</u>	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	<u>\$ 796.347</u>	7.2%
EQUIPO DE OFICINA	\$ 603.000	
EQUIPO DE COMPUT Y COMUNIC	\$ 252.000	
(-)DEPRECIACIÓN ACUMULADA	<u>\$ 58.653</u>	
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 11.067.618</u>	100%
PASIVO		\$ 0
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
CAPITAL PERSONA NATURAL	\$ 8.147.658	73.6%
RESERVAS	\$ 371.996	3.4%
RESERVAS OCASIONALES	<u>\$ 371.996</u>	
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 1.293.157	11.7%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	<u>\$ 1.293.157</u>	
RESULTADOS EJERCICIOS ANTERIORES	<u>\$ 1.254.807</u>	11.3%
UTILIDADES ACUMULADAS	<u>\$ 1.254.807</u>	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11.067.618	100%
TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO	<u>\$ 11.067.618</u>	100%

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo P. ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO MARZO 1 A 29 DE
2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO
MARZO 1 A 31 DE 2012

CONCEPTO	SALDO A MARZO-01- 12	AUMENTO	DISMINUCIÓN	SALDO A MARZO-31- 12
CAPITAL SOCIAL	\$ 8.147.658	\$ 0	\$ 0	\$ 8.147.658
RESERVAS LEGAL	\$ 228.312	\$ 143.684		\$ 371.996
UTILIDADES DEL EJERCICIO	\$ 0	\$ 1.293.157		\$ 1.293.157
ACUMULADAS	\$ 830.561	\$ 424.246	\$ 0	\$ 1.254.807
TOTAL	\$ 9.206.531	\$ 1.861.087	\$ 0	\$ 11.067.618

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo Q. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO MARZO 1 A 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO
MARZO 1 A 31 DE 2012

ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	
(+)EFECTIVO RECIBIDO DE CLIENTES	\$ 2.350.300
(+)PARTICIPACIONES RECIBIDAS	\$ 1.041.750
(-)PAGO A EMPLEADOS	\$ 590.816
(-)PAGO A PROVEEDORES	\$ 1.374.600
(-)PAGO ARRIENDOS	\$ 135.000
(-)PAGO GASTOS DIVERSOS	\$ 72.250
TOTAL ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	\$ 1.219.384
ACTIVIDAD DE INVERSIÓN	\$ 0
ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	
PAGO DE PARTICIPACIONES	\$ 800.000
TOTAL ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 800.000
AUMENTO NETO EN EFECTIVO	\$ 419.384
(+) SALDO INICIAL	\$ 4.300.239
(=) SALDO DE EFECTIVO	\$ 4.719.623

GERENTE

CONTADOR
PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS

En marzo una vez más se sigue el mismo procedimiento para la elaboración de la información financiera, iniciando por el estado de costos de producción del mes (Ver Anexo M), que afecta directamente el Estado de resultados (Ver Anexo N).

A lo largo de cada periodo, y gracias a la elaboración de la información contable, la empresa ha podido tomar decisiones acertadas en cuanto a ventas y estrategias comerciales, que le han permitido aumentar de manera significativa sus ingresos. Ya que en marzo las ventas aumentan en un 11.8%, jalonado por el desarrollo de un nuevo producto (Splash o loción para después del baño), que ha tenido buena aceptación en el mercado.

Para el mes de marzo, el costo de producción equivale al 60.7% de las ventas ($\$1.425.704 / \$2.350.300 * 100$), lo que indica que se aumentó levemente con respecto al mes anterior, ocasionado seguramente por el desarrollo de un nuevo producto, que hace que los costos de producción, sobre todo en cuanto a mano de obra directa, se incrementen levemente.

Analizando los indicadores de rentabilidad, se observa que el margen bruto de la empresa para el mes de marzo ($\$924.596 / \$2.350.300 * 100$), es del 39.3%, levemente inferior al del mes anterior pero alcanza, luego de absorber los gastos del mes, un margen operacional ($\$395.091 / \$2.350.300 * 100$), del 16.8%, lo cual indica un margen operacional constante.

Todo lo anterior indica que una manera de mantener el crecimiento de la empresa es el desarrollo de nuevos productos, que además de incrementar las ventas, permiten utilizar de mejor manera la capacidad instalada de la empresa.

En lo referente a la rotación de inventarios, se calcula nuevamente, dividiendo el inventario total promedio, incluidos materiales y productos terminados ($\$2.384.995$), entre el costo de producción del mes de marzo ($\$1.425.704$), lo que arroja un índice de 1.67; es decir que al dividir los 30 días del mes entre este índice, indica que los materiales y los productos terminados, permanecen en la empresa en promedio 17.9 días antes de ser vendidos. Lo que indica, un aumento con respecto a los meses anteriores, tal vez ocasionado porque los clientes están conociendo el nuevo producto y aunque ha tenido aceptación, presenta ventas un poco más lentas.

El Balance general a marzo 31 (Ver anexo O), presenta que el activo corriente y Capital Neto de Trabajo, se mantiene constante, lo que permite

presentar niveles de liquidez que hacen posible el pago de participaciones a la propietaria.

De otro lado, en cuanto a los componentes del activo corriente, se observa que para el mes de marzo, el 45.9%, corresponde al disponible, muy similar al mes anterior, mientras que las inversiones corresponden al 25.3 %. Lo que muestra la tendencia de aumento del efectivo, que se hace necesario para llevar a cabo las proyecciones y metas a corto plazo que tiene la empresa.

Una vez más, las participaciones que se tienen en los puntos de venta de productos de aseo, se mantienen en la misma cuantía, y se reciben los porcentajes de utilidad que corresponden a la inversión, los cuales corresponden a los ingresos no operacionales del Estado de resultados.

En cuanto a los inventarios, estos corresponden al 28.8% del total del activo corriente. Lo que indica que se mantiene el mismo porcentaje de los meses anteriores y que la producción se mantiene constante.

Mientras que la Prueba Ácida, ($\$10.271.271 - \$2.951.648 = \$7.319.623$), indica que los activos de fácil realización o liquidez inmediata, continúan siendo muy altos, lo que corresponde a las proyecciones de crecimiento de la empresa.

En cuanto a la rentabilidad del ejercicio, el índice de rentabilidad del patrimonio ($\$1.293.157 / \$11.067.618$), se mantiene en 11.7%, lo que indica que la inversión realizada por la propietaria a la empresa, se presenta de una manera positiva haciendo que dicha inversión sea muy rentable.

Los cambios en el patrimonio corresponden una vez más a las utilidades del ejercicio y al aumento de las reservas (Ver Anexo P).

De la misma manera, el Estado de flujos de efectivo (Ver Anexo Q), para el mes de marzo, corresponde a las salidas de efectivo, en las actividades de operación, como lo son el pago a proveedores, empleados, arriendos; así como también a las entradas de disponible, proveniente de las ventas a clientes y a las participaciones recibidas de las inversiones que se poseen en las casitas de aseo en las que se distribuyen los productos. Además como ya se mencionó, la liquidez positiva que presenta la empresa hace posible que se empiecen a pagar participaciones a la propietaria, lo que se refleja en el Estado de flujos de efectivo (Anexo Q)

11.5 ESTADOS FINANCIEROS ABRIL 1 A 30 DE 2012

Anexo R. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN ABRIL 1 A 30 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN
ABRIL 01 A 30 DE 2012

MATERIALES	
INVENTARIO INICIAL MATERIALES	\$ 2.393.725
(+)COMPRA MATERIALES	\$ 1.080.200
(-)INVENTARIO FINAL MATERIALES	\$ 2.415.210
(=)MATERIALES CONSUMIDOS	\$ 1.058.715
MANO DE OBRA DIRECTA	
CONSUMO MANO DE OBRA ABRIL	\$ 172.286
(=) COSTO PRIMO	\$ 1.231.001
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
ENVASES	
INV INICIAL	\$ 473.922
COMPRAS	\$ 277.100
INVENT FINAL	\$ 524.615
TOTAL ENVASES CONSUMIDOS	\$ 226.408
ARRIENDO	\$ 121.500
TOTAL COSTOS INDIRECTOS FABRICAC	\$ 347.908
TOTAL COSTO PRODUCTO TERMINADO	\$ 1.578.909

GERENTE

CONTADOR
PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo S. ESTADO DE RESULTADOS ABRIL 1 A 30 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE RESULTADOS
ABRIL 01 A 30 DE 2012

		%
INGRESOS		
VENTAS	\$ 2.690.600	100%
(-) DEVOLUCIONES EN VENTAS	\$ 0	
(=) VENTAS NETAS	\$ 2.690.600	100%
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 1.578.909	58.7%
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 1.111.691	41.3%
(-) GASTOS	\$ 528.455	19.6%
OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN	\$ 267.603	9.9%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 212.102	
ARRIENDOS	\$ 6.750	
DIVERSOS	\$ 29.200	
DEPRECIACION	<u>\$ 19.551</u>	
OPERACIONALES DE VENTAS	<u>\$ 260.852</u>	9.7%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 212.102	
ARRIENDOS	\$ 6.750	
DIVERSOS	<u>\$ 42.000</u>	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 583.236	21.7%
(+) INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 1.089.650	
PARTICIPACIONES	<u>\$ 1.089.650</u>	
(-) GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 0	
(=) UTILIDAD LÌQUIDA	\$ 1.672.886	62.2%
(-) RESERVA OCASIONAL (10%)	\$ 167.289	6.2%
(=)UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 1.505.598	56%

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo T. BALANCE GENERAL A 30 DE ABRIL DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
BALANCE GENERAL
A ABRIL 30 DE 2012

		%
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE	\$ 11.163.708	93.5%
DISPONIBLE	\$ 5.539.883	49.6%
CAJA	\$ 2.375.556	
BANCOS	<u>\$ 3.164.327</u>	
INVERSIONES	\$ 2.600.000	23.3%
OTRAS INVERSIONES	<u>\$ 2.600.000</u>	
INVENTARIOS	<u>\$ 3.023.825</u>	27.1%
MATERIALES	\$ 2.939.825	
PRODUCTO TERMINADO	<u>\$ 84.000</u>	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	<u>\$ 776.796</u>	6.5%
EQUIPO DE OFICINA	\$ 603.000	
EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACIÓN	\$ 252.000	
(-)DEPRECIACIÓN ACUMULADA	<u>\$ 78.204</u>	
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 11.940.504</u>	100%
PASIVO		
		\$ 0
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
CAPITAL PERSONA NATURAL	\$ 8.147.658	68.2%
	<u>\$ 8.147.658</u>	
RESERVAS	\$ 539.285	4.5%
RESERVAS OCASIONALES	<u>\$ 539.285</u>	
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 1.505.598	12.6%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	<u>\$ 1.505.598</u>	
RESULTAD EJERCICIOS ANTER	\$ 1.747.964	14.7%
UTILIDADES ACUMULADAS	<u>\$ 1.747.964</u>	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11.940.504	100%
TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO	<u>\$ 11.940.504</u>	100%

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo U. ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO ABRIL 1 A 30 DE
2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO
ABRIL 1 A 30 DE 2012

CONCEPTO	SALDO A ABRIL-01-12	AUMENTO	DISMINUCIÓN	SALDO A ABRIL-30-12
CAPITAL SOCIAL	\$ 8.147.658	\$ 0	\$ 0	\$ 8.147.658
RESERVAS				
LEGAL	\$ 371.996	\$ 167.289		\$ 539.285
UTILIDADES				
DEL EJERCICIO	\$ 0	\$ 1.505.598		\$ 1.505.598
ACUMULADAS	\$ 1.254.807	\$ 493.157	\$ 0	\$ 1.747.964
TOTAL	\$ 9.774.461	\$ 2.166.043	\$ 0	\$ 11.940.504

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO

Fuente: Elaboración propia

Anexo V. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO ABRIL 1 A 30 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO
ABRIL 1 A 30 DE 2012

ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	
(+)EFECTIVO RECIBIDO DE CLIENTES	\$ 2.690.600
(+)PARTICIPACIONES RECIBIDAS	\$ 1.089.650
(-)PAGO A EMPLEADOS	\$ 596.490
(-)PAGO A PROVEEDORES	\$ 1.357.300
(-)PAGO ARRIENDOS	\$ 135.000
(-)PAGO GASTOS DIVERSOS	\$ 71.200
TOTAL ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	\$ 1.620.260
ACTIVIDAD DE INVERSIÓN	\$ 0
ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	
PAGO DE PARTICIPACIONES	\$ 800.000
TOTAL ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 800.000
AUMENTO NETO EN EFECTIVO	\$ 820.260
(+) SALDO INICIAL	\$ 4.719.623
(=) SALDO DE EFECTIVO	\$ 5.539.883

GERENTE

CONTADOR
PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS

En el mes de abril, una vez más se determina el costo de venta a través del Estado de Costos de producción (Ver anexos R y S). Para este mes, las ventas crecen en un 14.5%, lo que indica que la empresa continúa creciendo.

El costo de producción equivale al 58.7% de las ventas ($\$1.578.909 / \$2.690.600 * 100$), lo que indica que disminuye dos puntos, debido a la normalidad en cuanto a la producción.

En cuanto a los indicadores de rentabilidad, se observa que el margen bruto de la empresa para el mes de abril ($\$1.111.691 / \$2.690.600 * 100$), es del 41.3%, levemente mayor al del mes anterior y luego de absorber los gastos del mes, arroja un margen operacional ($\$583.236 / \$2.690.600 * 100$), del 21.7%, lo cual indica un mejoramiento y racionalización de los gastos, que permitieron un incremento sustancial del margen de utilidad operacional.

Respecto a la rotación de inventarios, se calcula nuevamente, dividiendo el inventario total promedio, incluidos materiales y productos terminados ($\$2.512.761$), entre el costo de producción del mes de abril ($\$1.578.909$), lo que arroja un índice de 1.76; es decir que al dividir los 30 días del mes entre este índice, indica que los materiales y los productos terminados, permanecen en la empresa en promedio 17 días antes de ser vendidos. Lo que indica que es necesario revisar las estrategias de ventas para que los productos no tarden tantos días en existencias y por el contrario generen mayor flujo de efectivo.

Realizando el análisis del Balance general a abril 30 (Ver anexo T), se aprecia que el activo corriente, que corresponde al mismo Capital Neto de Trabajo, se mantiene constante, lo que permite presentar niveles de liquidez que hacen posible el pago de participaciones a la propietaria.

De otro lado, en cuanto a los componentes del activo corriente, se observa que para este mes de abril, el 49.6%, corresponde al disponible, muy similar al mes anterior, mientras que las inversiones corresponden al 23.3 %. Lo que muestra la tendencia de aumento del efectivo, que según los planes a corto plazo de la empresa se hace necesario para pagar los registros del INVIMA Y para respaldar la compra de maquinaria.

Las participaciones que se tienen en los puntos de venta de productos de aseo, se mantienen en la misma cuantía, y se reciben los porcentajes de utilidad que corresponden a la inversión, los cuales corresponden a los ingresos no operacionales del Estado de resultados.

En cuanto a los inventarios, estos corresponden al 27.1% del total del activo corriente. Lo que indica que se mantiene el mismo porcentaje de los meses anteriores y que la producción se mantiene constante.

Mientras que la Prueba Ácida, ($\$11.163.708 - \$3.023.825 = \$8.139.883$), indica que los activos de fácil realización o liquidez inmediata, continúan siendo muy altos, lo que corresponde a las proyecciones de crecimiento de la empresa.

En lo referente a la rentabilidad del ejercicio, el índice de rentabilidad del patrimonio ($\$1.505.598 / \$11.940.504$), crece un punto ya que equivale al 12.6%, de la inversión, lo que arroja beneficios significativos para la propietaria y hacen de la empresa un negocio que genera gran rentabilidad.

Por su parte, los cambios en el patrimonio (Ver anexo U), son dados una vez más por los aumentos de las utilidades y de la reserva legal.

En lo que se refiere al flujo de efectivo, en abril de 2012, se ve afectado una vez más, además de las actividades de operación de la empresa, por la distribución de participaciones (Ver anexo V). Claro está que a pesar de haber distribuido participaciones, la liquidez de la empresa no se ve afectada de manera significativa.

11.6 ESTADOS FINANCIEROS MAYO 1 A 31 DE 2012

Anexo W. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN MAYO 1 A 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN
MAYO 01 A 31 DE 2012

MATERIALES	
INVENTARIO INICIAL MATERIALES	\$ 2.415.210
(+)COMPRA MATERIALES	\$ 1.145.800
(-)INVENTARIO FINAL MATERIALES	\$ 2.523.335
(=)MATERIALES CONSUMIDOS	\$1.037.675
MANO DE OBRA DIRECTA	
CONSUMO MANO DE OBRA ABRIL	\$ 196.211
(=) COSTO PRIMO	\$ 1.233.886
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
ENVASES	
INV INICIAL	\$ 524.615
COMPRAS	\$ 56.450
INVENT FINAL	\$ 302.487
TOTAL ENVASES CONSUMIDOS	\$ 278.578
ARRIENDO	\$ 121.500
TOTAL COSTOS INDIRECTOS FABRICAC	\$ 400.078
TOTAL COSTO PRODUCTO TERMINADO	\$ 1.633.964

GERENTE

CONTADOR
PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo X. ESTADO DE RESULTADOS MAYO 1 A 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE RESULTADOS
MAYO 01 A 31 DE 2012

		%
INGRESOS		%
VENTAS	\$ 2.988.800	100%
(-) DEVOLUCIONES EN VENTAS	\$ 0	
(=) VENTAS NETAS	\$ 2.988.800	100%
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 1.633.964	54.7%
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 1.354.836	45.3%
(-) GASTOS	\$ 540.505	18.1%
OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN	\$ 279.653	9.4%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 212.102	
ARRIENDOS	\$ 6.750	
DIVERSOS	\$ 41.250	
DEPRECIACION	<u>\$ 19.551</u>	
OPERACIONALES DE VENTAS	<u>\$ 260.852</u>	8.7%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 212.102	
ARRIENDOS	\$ 6.750	
DIVERSOS	<u>\$ 42.000</u>	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 814.331	27.2%
(+) INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 1.158.350	
PARTICIPACIONES	<u>\$ 1.158.350</u>	
(-) GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 0	
(=) UTILIDAD LÍQUIDA	\$ 1.972.681	66%
(-) RESERVA OCASIONAL (10%)	\$ 197.268	6.6%
(=)UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 1.775.413	59.4%

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo Y. BALANCE GENERAL A MAYO 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
BALANCE GENERAL
A MAYO 31 DE 2012

ACTIVO		%
ACTIVO CORRIENTE	\$ 12.461.249	94.3%
DISPONIBLE	\$ 6.951.427	55.8%
CAJA	\$ 4.481.791	
BANCOS	<u>\$ 2.469.636</u>	
INVERSIONES	\$ 2.600.000	20.9%
OTRAS INVERSIONES	<u>\$ 2.600.000</u>	
INVENTARIOS	<u>\$ 2.909.822</u>	23.3%
MATERIALES	\$ 2.825.822	
PRODUCTO TERMINADO	<u>\$ 84.001</u>	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	<u>\$ 757.245</u>	5.7%
EQUIPO DE OFICINA	\$ 603.000	
EQUIPO DE COMPUTAC Y COMUNIC	\$ 252.000	
(-)DEPRECIACIÓN ACUMULADA	<u>\$ 97.755</u>	
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 13.218.494</u>	100%
PASIVO		\$ 0
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	\$ 8.147.658	61.6%
CAPITAL PERSONA NATURAL	\$ 8.147.658	
RESERVAS	\$ 736.553	5.6%
RESERVAS OCASIONALES	<u>\$ 736.553</u>	
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 1.775.413	13.4%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	<u>\$ 1.775.413</u>	
RESULTADOS EJERCIC ANTERIOR	<u>\$ 2.558.870</u>	19.4%
UTILIDADES ACUMULADAS	<u>\$ 2.558.870</u>	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 13.218.494	100%
TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO	<u>\$ 13.218.494</u>	100%

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo Z. ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO MAYO 1 A 31 DE
2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO
MAYO 1 A 31 DE 2012

CONCEPTO	SALDO A ENERO-01-12	AUMENTO	DISMINUCIÓN	SALDO A ENERO-31-12
CAPITAL SOCIAL	\$ 8.147.658	\$ 0	\$ 0	\$ 8.147.658
RESERVAS LEGAL	\$ 539.285	\$ 197.268		\$ 736.553
UTILIDADES DEL EJERCICIO	\$ 0	\$ 1.775.413		\$ 1.775.413
ACUMULADAS	\$ 1.747.964	\$ 810.907	\$ 0	\$ 2.558.870
TOTAL	\$ 10.434.906	\$ 2.783.588	\$ 0	\$ 13.218.494

GERENTE

CONTADOR PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

Anexo AA. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO MAYO 1 A 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO
MAYO 1 A 31 DE 2012

ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	
(+)EFECTIVO RECIBIDO DE CLIENTES	\$ 2.988.800
(+)PARTICIPACIONES RECIBIDAS	\$ 1.158.350
(-)PAGO A EMPLEADOS	\$ 620.415
(-)PAGO A PROVEEDORES	\$ 1.202.250
(-)PAGO ARRIENDOS	\$ 135.000
(-)PAGO GASTOS DIVERSOS	\$ 83.250
TOTAL ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	\$ 2.106.235
ACTIVIDAD DE INVERSIÓN	\$ 0
ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	
PAGO DE PARTICIPACIONES	\$ 694.691
TOTAL ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 694.691
AUMENTO NETO EN EFECTIVO	\$ 1.411.544
(+) SALDO INICIAL	\$ 5.539.883
(=) SALDO DE EFECTIVO	\$ 6.951.427

GERENTE

CONTADOR
PÚBLICO
TP

Fuente: Elaboración propia

INDICADORES FINANCIEROS Y ANÁLISIS

En el mes de mayo, una vez más se determina el costo de venta a través del Estado de Costos de producción (Ver anexos X y Y). Se puede observar que una vez más las ventas aumentan en un 14.5%, jalonado por el nuevo producto (Removedor), que resulta tener buena aceptación en los clientes, lo que indica que la empresa continúa creciendo a través de la fabricación de

nuevos productos que permiten el aprovechamiento de la capacidad instalada.

El costo de producción equivale al 54.7% de las ventas ($\$1.633.964 / \$2.988.800 * 100$), lo que indica que disminuye cuatro puntos respecto al mes anterior, seguramente ocasionado por un mayor nivel de ventas y a una mayor eficiencia en cuanto a la producción.

En cuanto a los indicadores de rentabilidad, se observa que el margen bruto de la empresa para el mes de mayo ($\$1.354.836 / \$2.988.800 * 100$), es del 45.3%, levemente mayor al del mes anterior y luego de absorber los gastos del mes, arroja un margen operacional ($\$814.331 / \$2.988.800 * 100$), del 27.2%, lo cual indica una reducción y racionalización de los gastos, que permite un incremento sustancial del margen de utilidad operacional.

En lo referente a la rotación de inventarios, se calcula nuevamente, dividiendo el inventario total promedio, incluidos materiales y productos terminados ($\$2.578.938$), entre el costo de producción del mes de mayo ($\$1.633.964$), lo que arroja un índice de 1.8; es decir que al dividir los 30 días del mes entre este índice, indica que los materiales y los productos terminados, permanecen en la empresa en promedio 16.6 días antes de ser vendidos. Lo que indica que aunque se redujo levemente, es necesario revisar las estrategias de ventas para que los productos no tarden tantos días en existencias y por el contrario generen mayor flujo de efectivo.

En cuanto al análisis del Balance general a mayo 31 (Ver anexo Y), se puede determinar que el activo corriente, que corresponde al mismo Capital Neto de Trabajo, se mantiene constante, lo que permite presentar niveles de liquidez que hacen posible el pago de participaciones a la propietaria.

En relación a los componentes del activo corriente, se observa que para este mes, el 55.8%, corresponde al disponible, y aunque la cifra es muy elevada, ya que el efectivo se encuentra ocioso, sin producir rentabilidad, se hace necesario conservarlo para poder realizar las metas de corto plazo de obtención del registro INVIMA, la compra de una máquina mezcladora que acelere el proceso de producción y lo haga más eficiente, y la inversión en otra casita de aseo, que aumente las ventas en el corto y mediano plazo.

Las inversiones corresponden al 23.3 %. Y las participaciones que se tienen en los puntos de venta de productos de aseo, se mantienen en la misma cuantía, y se reciben los porcentajes de utilidad que corresponden a la inversión, los cuales corresponden a los ingresos no operacionales del Estado de resultados.

En cuanto a los inventarios, estos corresponden al 23.3% del total del activo corriente. Lo que indica que se mantiene el mismo porcentaje de los meses anteriores y que la producción se mantiene constante.

Mientras que la Prueba Ácida, ($\$12.461.249 - \$2.909.822 = \$9.551.427$), indica que los activos de fácil realización o liquidez inmediata, continúan siendo muy altos, lo que corresponde a las proyecciones de crecimiento de la empresa.

En lo referente a la rentabilidad del ejercicio, el índice de rentabilidad del patrimonio ($\$1.775.413 / \$13.218.494$), crece un punto ya que equivale al 13.4%, de la inversión, lo que hace que sea una inversión muy rentable pues genera mes a mes, beneficios significativos para su propietaria.

Los cambios que se presentan en el patrimonio de DIMONTIF (Ver anexo Z), corresponden a los aumentos en las utilidades y la reserva, lo que hace que la empresa mes a mes presente un aumento patrimonial, lo que hace que sea un negocio viable.

En cuanto a los flujos de efectivo, en su gran mayoría corresponden a las actividades de operación de la empresa y en una mínima proporción, a la distribución de participaciones que se hicieron durante los últimos tres meses (Ver anexo AA).

Por último se realiza un balance general comparativo entre el 31 de enero de 2012 y el 31 de mayo de 2012, para determinar los índices de crecimiento de la empresa y su viabilidad (Ver anexo BB).

Se puede determinar en primer lugar, que el activo corriente de la empresa aumentó en los últimos cinco meses en un 51%, lo que refleja la búsqueda de liquidez, en especial de disponible, que permita llevar a cabo las tres metas a corto plazo que tiene la empresa que son, la obtención del registro INVIMA, para al menos tres de los productos, la compra de una máquina mezcladora, y la apertura de un nuevo punto de venta "Casita del aseo", que permita aumentar las ventas al detal. Por lo que aunque si bien el 56% del activo corriente de la empresa que representa el efectivo, parece muy alto, para las metas de la empresa, resulta necesario tener estos niveles de liquidez.

En cuanto a la rotación de inventarios, se evidencia que permanece constante, pues durante lo que va corrido del año ha sido de 16 días, lo que indica que aunque la empresa ha aumentado mes a mes sus ventas, podría mejorar la rotación de inventarios; para lo que se debe conseguir nuevos clientes, desarrollar estrategias de mercadeo como la visita a empresas y a

ANEXO BB. BALANCE GENERAL COMPARATIVO A MAYO 31 DE 2012

DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF
NIT 52.080.762-5
BALANCE GENERAL COMPARATIVO
A MAYO 31 DE 2012

	A ENERO 31 DE 2012		%	A MAYO 31 DE 2012		%	Dif absoluta	Dif relativ
ACTIVO								
ACTIVO CORRIENTE		\$ 8.235.055	91%		\$ 12.461.249	94%	\$ 4.226.194	51%
DISPONIBLE	\$ 3.259.691		40%	\$ 6.951.427		56%	\$ 3.691.736	113%
CAJA	\$ 95.364			\$ 4.481.791				
BANCOS	\$ 3.164.327			\$ 2.469.636				
INVERSIONES	\$ 2.600.000		32%	\$ 2.600.000		21%	\$ 0	0%
OTRAS INVERSIONES	\$ 2.600.000			\$ 2.600.000				
INVENTARIOS	\$ 2.375.364		29%	\$ 2.909.822		23%	\$ 534.458	23%
MATERIALES	\$ 2.291.364			\$ 2.825.822				
PRODUCTO TERMINADO	\$ 84.000			\$ 84.001				
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 835.449		9%	\$ 757.245		6%	-\$ 78.204	-9%
EQUIPO DE OFICINA	\$ 603.000			\$ 603.000				
EQUIPO DE COMPUT/ COMUNIC	\$ 252.000			\$ 252.000				
(-)DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ 19.551			\$ 97.755				
TOTAL ACTIVO		\$ 9.070.504			\$ 13.218.494		\$ 4.147.990	46%
PASIVO		\$ 0			\$ 0		\$ 0	
PATRIMONIO								
CAPITAL SOCIAL		\$ 8.147.658	90%		\$ 8.147.658	62%	\$ 0	0%
CAPITAL PERSONA NATURAL	\$ 8.147.658			\$ 8.147.658				
RESERVAS	\$ 92.285		1%	\$ 736.553		6%	\$ 644.268	698%
RESERVAS OCASIONALES	\$ 92.285			\$ 736.553				
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 830.561		9%	\$ 1.775.413		13%	\$ 944.852	114%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 830.561			\$ 1.775.413				
RESULT EJERC ANTER	\$ 0		0%	\$ 2.558.870		19%	\$ 2.558.870	
UTILIDADES ACUMULADAS	\$ 0			\$ 2.558.870				
TOTAL PATRIMONIO		\$ 9.070.504			\$ 13.218.494		\$ 4.147.990	46%
TOTAL PASIV+PATRIMON		\$ 9.070.504			\$ 13.218.494		\$ 4.147.990	46%

clientes potenciales, dándoles a conocer la empresa y los productos que ofrece.

La rotación de inventarios se ve afectada por el alto nivel de inventario de materiales que tiene la empresa, lo cual es ocasionado por la política que tiene de realizar una vez al mes la compra de todos los materiales e insumos que se van a consumir en la producción del mes. Esta política se asume porque permite recibir descuentos comerciales y capacitación en la elaboración de los productos por parte de los proveedores de los insumos; así como también permite disminuir los gastos de transporte y de tiempo.

Mientras que la Prueba Ácida, que en el caso de DIMONTIF, se calcula teniendo en cuenta solamente el activo corriente y el inventario, ya que no posee obligaciones con terceros; crece mes a mes, pasando de ser de \$5.859.691 en enero a \$9.551.427 en mayo, lo que está de acuerdo con las metas a corto plazo de la empresa.

En lo referente a la rentabilidad de la inversión, el índice de rentabilidad del patrimonio, que se calcula dividiendo la utilidad del ejercicio de cada mes, entre el total del patrimonio de la empresa, pasó de ser del 9.16% en enero al 13.4% en mayo, es decir que la rentabilidad de la inversión que realiza la propietaria en la empresa ha crecido 4 puntos en estos cinco meses. Lo cual hace que la empresa no solamente sea viable, sino que la constituye como una inversión interesante, por los índices de rentabilidad que maneja.

Al analizar las ventas de la empresa, se puede apreciar que con respecto a enero, crecieron en un 73%, lo que indica que el desarrollo de nuevos productos, junto a la estrategia de ventas en los puntos de “Casitas de aseo”, han sido efectivos. Claro está, que es necesario mejorar la rotación de inventarios, lo cual se va a favorecer con la creación de un nuevo punto de venta, con la estrategia de mercadeo directo en empresas y en supermercados, una vez se obtenga el registro INVIMA; y con la creación de la página web de la empresa que permitirá el acceso a nuevos clientes.

Las ventas de la empresa muestran índices de crecimiento porque los precios de los productos son competitivos (Ver anexo DD), ya que en la mayoría de ellos su precio se encuentra muy por debajo del precio promedio del mercado, como es el caso de la crema para las manos, el champú, el gel reductor, entre otros.

En cuanto al costo de producción respecto a las ventas, se puede apreciar que se redujo, pues pasa del 62.2% de las ventas de enero, al 52% en mayo, lo que muestra un mejoramiento en cuanto al proceso productivo; pero sigue siendo elevado, por lo que se deben mejorar los procesos y aprovechar de mejor manera la capacidad instalada; ya que actualmente la empresa está subutilizando su planta, porque solo produce en una jornada de medio

tiempo, debido a que su propietaria debe atender sus obligaciones académicas. Situación que se proyecta mejorar en el próximo semestre, más aun si se tiene en cuenta, que se va a contar con un punto de venta al detal, que va a ser en su totalidad de propiedad de la empresa.

El punto de equilibrio en ventas se calcula determinando los costos fijos que equivalen a \$578.755; los costos variables promedio de los cinco meses que equivalen a \$1.263.899; y las ventas promedio que equivalen a \$2.372120. Calculando la fórmula para determinar el punto de equilibrio (Costos fijos/1-(costos variables/ventas totales)), se determina que las ventas mensuales deberán ser de \$1.238.811, para que la empresa no presente pérdidas.

ANEXO DD. LISTA DE PRECIOS DIMONTIF

LISTA DE PRECIOS
DIANA M. JARAMILLO
DIMONTIF



PRODUCTO	250 gm	1/2 LITRO/500 gm	LITRO	GALÓN 4 LT
Ambientador		\$ 2.500	\$ 4.000	\$ 14.000
Crema Nutritiva y humectante para manos y cuerpo		\$ 7.000	\$ 13.000	\$ 48.000
Crema humectante para manos y cuerpo		\$ 5.000	\$ 9.000	\$ 30.000
Champú		\$ 3.500	\$ 6.000	\$ 22.000
Desengrasante		\$ 2.700	\$ 5.000	\$ 18.000
Gel reductor y anti celulítico	\$ 9.000	\$ 17.000	\$ 30.000	
Jabón manos		\$ 2.500	\$ 4.000	\$ 14.000
Jabón manos dispensador		\$ 3.700	\$ 5.400	
Jabón lavadora		\$ 1.900	\$ 3.500	\$ 12.000
Lavalozza líquido		\$ 2.500	\$ 4.000	\$ 14.000
Limpiador desinfectante		\$ 1.900	\$ 3.500	\$ 12.000
Removedor		\$ 3.000	\$ 5.000	\$ 18.000
Rinse -acondicionador		\$ 3.500	\$ 6.000	\$ 22.000

Pedidos al 5 352257 o al Cel 3005785080

La determinación de los costos, como ya se ha manifestado, se realiza a través del costeo por órdenes de producción, en el que se determina el costo para cada uno de los componentes del costo de producción, materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación. El costo de los materiales es relativamente constante, porque los proveedores con quienes se tienen alianzas, mantienen los precios a la empresa, a cambio de determinados volúmenes de compras. Por otro lado, la empresa está comprometida con la reducción de desperdicios, por lo que se es muy cuidadoso en el proceso de producción, se respetan las formulas de los productos y se atiende a las recomendaciones que realizan los proveedores de materiales, que son a la vez quienes brindan capacitación permanente en cuanto a la técnica de elaboración de los productos.

Si se analiza el crecimiento de la utilidad operacional de la empresa o margen operacional, se observa que mientras en enero representaba el 3.4% de las ventas, en mayo constituye el 27.2%, lo que hace que la empresa sea viable financieramente y que su proyección en el corto plazo, sea aun más positiva; aun más si se tiene en cuenta, que actualmente solo opera a medio tiempo, mientras que en el próximo periodo (mes de junio), lo va a hacer a tiempo completo.

En cuanto a los desafíos del mercado, seguramente DIMONTIF puede competir con otras empresas del sector porque ha logrado generar utilidades a precios por debajo, de los precios de mercado, y sus productos han alcanzado un nivel de calidad tal, que ha logrado la fidelidad por parte de los clientes que los conocen y los usan.

Para enfrentar los desafíos que trae el Tratado de libre comercio, no solo con Estados Unidos, sino con las otras naciones con las que se van a firmar otros TLC, se hace indispensable cumplir con los requerimientos de las autoridades y entidades que controlan el sector de los productos de aseo y cuidado personal. Estos lineamientos van desde el traslado a una mejor planta de producción, hasta el registro sanitario expedido por el INVIMA. Una vez cumplidas dichas obligaciones, es posible formular como una meta a mediano plazo, la posibilidad de exportar, no solo al mercado latinoamericano, sino también a otras economías.

Además, para competir con los productos que van a llegar de los Estados Unidos, es importante desarrollar estrategias de mercadeo que permitan llegar a más clientes, como el mercadeo directo en empresas, la creación de la página web de la compañía, que la de a conocer en el mercado; así como también la comercialización en puntos de venta al detal y la venta por catálogo, que permite un mayor número de ventas, disminuyendo gastos en especial los de personal.

12. CONCLUSIONES

- ✓ La implementación de la contabilidad en la empresa DIMONTIF, trajo como beneficios, la determinación de los resultados de la operación de la empresa y el análisis de su situación financiera.
- ✓ La elaboración del costeo de los productos permitió conocer que su porcentaje en cuanto a las ventas es elevado, lo que evidencia la necesidad de aprovechar de mejor manera la capacidad de producción instalada.
- ✓ La empresa debe mejorar sus procesos productivos y ser más eficiente en la fabricación de sus productos, porque aunque sus ventas aumentaron mes a mes, su utilidad se mantuvo constante en los últimos meses.
- ✓ La rotación de los inventarios de la empresa indica que debe implementar estrategias de mercadeo y ventas que le permitan mejorar sus resultados y ser reconocida por un número mayor de clientes.
- ✓ Un aspecto que favorece el aumento de las ventas, es el cumplimiento de los requisitos que establece la normatividad colombiana en cuanto a productos de uso humano, y que tiene que ver con la aprobación del INVIMA para su comercialización y uso. Por lo que la meta a corto plazo que tiene la empresa de obtener este registro, con seguridad resultará positiva, porque le permitirá acceder a mercados y canales de distribución que incrementarán sus niveles de ventas.
- ✓ Además de mejorar los procesos productivos, un aspecto que permite mejorar el desempeño de la empresa y un mejor aprovechamiento de su planta instalada, es el desarrollo de nuevos productos que

respondan a las necesidades del mercado, más aun si se tiene en cuenta que la demanda de los productos de aseo, según cifras del DANE, se mantiene en crecimiento.

- ✓ La empresa posee más del 50% de sus activos corrientes en disponible, lo que corresponde a sus necesidades de efectivo para llevar a cabo sus metas a corto plazo.
- ✓ DIMONTIF, es una empresa financieramente viable porque además de presentar altos niveles de liquidez, su endeudamiento solo corresponde al endeudamiento interno con su propietaria, lo que protege su capital de trabajo y con seguridad le va a permitir llevar a cabo sus metas a corto plazo, para las que necesita tener alta disponibilidad de efectivo.
- ✓ La empresa presenta niveles de rentabilidad del patrimonio positivos, lo que hace que los aportes de su propietaria le generen índices de rentabilidad de hasta el 13% de su inversión.
- ✓ Un aspecto positivo desde el punto de vista financiero que presenta DIMONTIF, es que su patrimonio ha crecido en estos últimos cinco meses, no solo debido al aumento en sus utilidades, sino también ocasionado por el hecho de que la empresa no ha sido descapitalizada, es decir que posee suficientes utilidades retenidas, que equivalen al 19% de su patrimonio, así como también dispone de una reserva legal, que le permite enfrentar posibles pérdidas futuras.
- ✓ La planeación estratégica que se elabora como herramienta para estructurar la empresa, resulta de gran utilidad porque ha permitido determinar en que debe mejorar la empresa y las potencialidades que tiene frente al mercado de los productos de aseo y cuidado personal.

- ✓ En cuanto a los desafíos que presenta el mercado, la empresa está preparada para competir en cuanto a calidad y precios, pero es necesario que se encuentre totalmente legalizada para poder tener presencia en el mercado y acceder a diferentes canales de distribución.

13. BIBLIOGRAFÍA

ESTUPIÑAN, Rodrigo. ESTUPIÑAN, Orlando. 2006. Análisis Financiero y de Gestión. (2da ed.). Colombia; Ecoe ediciones. Pág. 204-208

GIL María. GINER, Fernando. 1996. Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Casos prácticos. (2 da ED.). España; ESIC editorial. Pág. 186

MARTINEZ, Daniel. MILLA, Artemio. 2005. La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral. España; Ediciones Díaz de Santos. Pág. 50-52

Periódico: Las microempresas dominan la economía colombiana. En El Tiempo. Internet (<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-93252>)

Página PROEXPORT. Informe sector cosmético y artículos de aseo Colombia [on line]. Colombia, Oct. 2011 En: Internet: URL: http://www.inviertaencolombia.com.co/images/stories/Perfil_Cosmeticos_y_Articulos_de_Aseo_Octubre_2011.pdf

Página DANE:

<http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/Microestablecimientos.pdf>

SALLENAVE, Jean Paul. 1985. Gerencia y planeación estratégica. Colombia; Editorial Norma S.A.