

# TEMA 1.

## MARCO PARA ANALIZAR LA EMPRESA A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS

- 1.1. Cómo abordar el análisis de los estados financieros.
- 1.2. Análisis de las estrategias.
- 1.3. Los usuarios del análisis de estados financieros y sus decisiones.

### Bibliografía:

Palepu , Healy y Bernard (2004): Caps. 1 y 2.

# ■ INTRODUCCIÓN

---

¿Qué son los estados financieros (EEFF)?

¿Qué diferencia hay entre información financiera e información no financiera ?

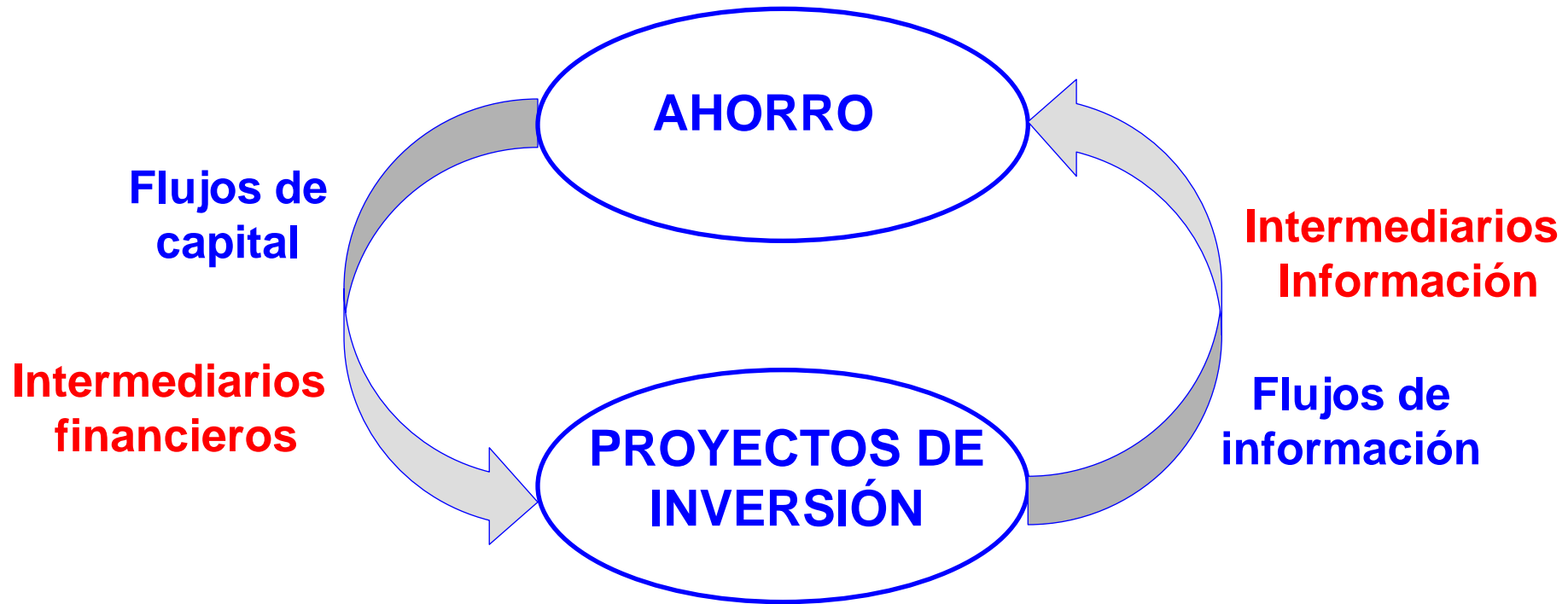
¿Qué estados financieros son obligatorios?

¿Qué estados no financieros son obligatorios?

Señale algún estado, financiero o no financiero, voluntario .

¿Cuál es el objetivo de los estados financieros?

## ■ 1.1. CÓMO ABORDAR EL ANÁLISIS DE LOS EEFF



La información asimétrica entre ahorradores (inversores ) y empresarios genera problemas de selección adversa: los inversores ante la imposibilidad de distinguir entre buenos y malos proyectos de inversión, dejarían de financiarlos y desaparecería el mercado.

## 1.1. CÓMO ABORDAR EL ANÁLISIS DE LOS EEFF

Los intermediarios agregan valor al mercado al permitir que los inversores puedan distinguir entre proyectos de inversión buenos y malos.

**Intermediarios financieros** (Bancos, fondos de inversión, etc). Recogen los recursos financieros de los pequeños ahorradores para poder prestar mayores cantidades, reducir los costes de financiación y ejercer un mejor control sobre los proyectos de inversión.

**Intermediarios de información** (Auditores, analistas financieros, prensa financiera, etc.). Mejoran la credibilidad de los EEFF y transmiten a los inversores la información que poseen, lo que reduce la incertidumbre y genera confianza al mercado.

## 1.1. CÓMO ABORDAR EL ANÁLISIS DE LOS EEFF

El análisis de estados financieros elimina las distorsiones del mercado para reconstruir los acontecimientos económicos a fin de evaluar la actividad subyacente de la empresa y sus proyecciones futuras. Ello permite **mejorar el proceso de toma de decisiones de financiación e inversión de los usuarios.**

El análisis de estados financieros debe tener en cuenta que éstos están influidos tanto por las características de la actividad del negocio como por el sistema contable.

### **Tipos de análisis:**

1. Análisis de las estrategias.
2. Análisis contable.
3. Análisis financiero.
4. Análisis prospectivo.

## ■ 1.2. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS

---

**Permite identificar los generadores de beneficios y los riesgos más importantes de la empresa, así como evaluar el potencial de las ganancias a nivel cualitativo.**

**Puede concretarse en tres aspectos:**

- 1. Análisis del sector**
- 2. Análisis de la estrategia competitiva**
- 3. Análisis de la estrategia corporativa**

## ■ 1.2. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS

### ANÁLISIS DEL SECTOR

Consiste en identificar los factores que generan la rentabilidad del sector. Todos los sectores no ofrecen las mismas oportunidades para obtener un lucro sostenido en el tiempo. Para este análisis hay que tener en cuenta dos aspectos:

1. El grado de competencia en el sector. Determina si existe o no potencial para obtener beneficios extraordinarios. En un sector con múltiples empresas y competencia perfecta habrá pocas oportunidades. Lo contrario en sectores monopolísticos.
2. El poder de negociación del sector con sus proveedores y con sus clientes.
  - Los proveedores tienen mucho poder cuando son pocos y son limitados los sustitutos del producto o servicio que ofrecen.
  - El poder de negociación con los clientes viene determinado por su sensibilidad a los precios y por su posición en la negociación.

## ■ 1.2. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS

La competencia en el sector está influida, entre otros factores, por:

### **A) La intensidad de la competencia entre las empresas del sector:**

- La tasa de crecimiento del sector: en sectores estancados habrá más competencia reduciendo precios.
- El grado de concentración del sector, que viene dado por el número de empresas y sus tamaños relativos. Hay diferencias entre sectores con una estructura de empresa dominante, sectores con dos o tres empresas dominantes del mismo tamaño y sectores fragmentados.

**B) La amenaza de aparición de nuevas compañías.** En ocasiones hay barreras legales de entrada, economías de escala positivas, ventajas de las empresas que se incorporan primero, etc.

**C) La amenaza de aparición de productos o servicios sustitutivos.** En principio, dos productos con la misma función es difícil que difieran en el precio.



## ■ 1.2. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS

### ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA

Consiste en identificar el fundamento sobre el que la empresa intenta competir con otras empresa de su sector. En general hay dos estrategias potenciales:

1. Liderazgo en costes. Proporcionar el mismo producto o servicio que los competidores a menor precio. Es la forma más clara de obtener ventajas competitivas
2. Diferenciación. Procurar obtener ventajas en el sector en alguna dimensión que sea altamente valorada por los clientes: la calidad, la imagen de marca, la variedad de productos, etc.

Tradicionalmente se ha considerado ambas estrategias excluyentes y que las empresas que no se definen por una u otra quedan “atrapadas en medio” y es de esperar obtengan menor rentabilidad.

## ■ 1.2. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS

### **ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA CORPORATIVA**

Las estrategias del sector y de la competencia son a nivel de la actividad del negocio individual.

La estrategia corporativa es a nivel agregado, a nivel de consolidación. Consiste en operar en múltiples líneas de negocio al mismo tiempo, lo que puede reducir los costes y/o aumentar los ingresos.

Así, hay que analizar si una organización con negocios múltiples, estrategia negocios diversificada, puede crear más valor que una organización de negocios concentrada.

En la actualidad muchas de las grandes empresas internacionales han reducido su diversidad en las operaciones para enfocarse en unos cuantos negocios centrales porque el mercado de valores parece penalizar las adquisiciones de negocios no relacionados

## ■ 1.2. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS

---

### REALIZAR UN ANÁLISIS ESTRATEGIAS

#### ESTRATEGIA DEL SECTOR

##### 1º Grado de competencia en el sector:

- Intensidad de la competencia
- Amenaza de aparición de nuevas compañías
- Amenaza de aparición de productos sustitutos

##### 2º Poder negociación con sus proveedores y sus clientes

**ESTRATEGIA COMPETITIVA: Liderazgo en costes y diferenciación**

**ESTRATEGIA CORPORATIVA: Diversificación de las actividades**

## ■ 1.3. USUARIOS DEL ANÁLISIS DE EEFF Y SUS DECISIONES

El análisis de los EEFF es una parte indispensable de las decisiones de inversiones y financiación. Estas decisiones, en mayor o menor medida, son adoptadas por todos los usuarios si bien con distintos planteamientos.

**Directivos:** sus decisiones son muy diversas porque afectan a distintos aspectos de la evolución del negocio: compra/venta/mantenimiento de activos corrientes y no corrientes; medidas para estimular o mantener las ventas; decisiones sobre la expansión de la empresa a través de la apertura en nuevos mercados y/o desarrollo de productos; búsqueda de financiación propia/ajena, etc. También necesitan conocer si la empresa está valorada correctamente por el mercado, si puede ser objeto de OPA, etc.

## ■ 1.3. USUARIOS DEL ANÁLISIS DE EEFF Y SUS DECISIONES

**Inversores/socios/accionistas actuales y potenciales:** esperan recuperar su inversión con una rentabilidad adecuada al nivel de riesgo que asumen. Dado que la rentabilidad de su inversión viene dada por los dividendos y ganancias/pérdidas de capital, les interesa evaluar el riesgo, el precio estimado de venta así como la capacidad y política de dividendos de la empresa. Sus decisiones se traducen a comprar/vender/mantener su inversión.

**Prestamistas/acreedores actuales y potenciales:** necesitan evaluar si van a recuperar el capital que han prestado o pueden prestar y si la empresa va a poder pagar los intereses pactados. Sus decisiones de financiación se traducen a conceder/denegar o renegociar los préstamos.

## ■ 1.3. USUARIOS DEL ANÁLISIS DE EEFF Y SUS DECISIONES

**Proveedores y otros acreedores comerciales:** en términos generales, al igual que los prestamistas, necesitan evaluar si la empresa va a poder pagar las cantidades que le adeudan a su vencimiento.

No obstante, a corto plazo están interesados por la liquidez del negocio para que no se alargue el plazo de pago. A largo plazo, están interesados por la continuidad, para que se mantengan los compromisos asumidos en relación a la política de compras.

**Analistas financieros:** sus decisiones consisten en evaluar la actuación actual y futura de la empresa desde diferentes perspectivas. Por lo tanto, sus análisis de EEFF se realizan para efectuar esas predicciones y, posteriormente, valorar si se han cumplido o ha habido sorpresas negativas o positivas.

## ■ 1.3. USUARIOS DEL ANÁLISIS DE EEFF Y SUS DECISIONES

**Clientes y otros deudores comerciales:** sus decisiones consisten en valorar si el producto o servicio tiene un precio razonable, su calidad y seguridad. Se interesan por la continuidad de la empresa en el futuro para que les asegure las garantías post-venta del producto, las reparaciones y sustituciones de piezas.

**Empleados:** sus intereses se centran en valorar la capacidad de la empresa para pagar sus sueldos y la continuidad de la misma en el futuro. Además, están interesados en conocer en las posibilidades de promoción en sus puestos de trabajo, en las facilidades concedidas para conciliar la vida laboral y personal, política de formación, etc.