

## Analiza rezultatelor și a structurilor adiacente în industria produselor cosmetice și de parfumerie

Lect. univ. dr. Bogdan Cosmin GOMOI

Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad

### Abstract

*This article aims to perform a static and dynamic analysis of the key economic and financial indicators related to the cosmetics and perfumery products industry companies during the last decades (2000-2021), on the one hand, and of the indicators correlated with the results (rotation, profitability and return rates) over the last decade (2012-2021), on the other hand. The cosmetics and perfumery products sector is a resilient one, whether it be periods of prosperity, normality or regression, crisis. Of course, the volume of sales and the required ranges fluctuate, but the purchase intent stays the same. A leading representative of this sector, already with tradition on the local market, is Sephora Cosmetics Romania SA, being selected due to its reputation and availability of information. This brand is among the few that distribute identical quality products in both Western and South-East European markets. The topic was chosen given the importance of the results in the life of a company, representing the consequence of an efficient management of its wealth, but also a generating event of further growth.*

**Key terms:** analysis, results, turnover, instalments, cosmetics and perfumery

**Termeni-cheie:** analiză, rezultate, cifră de afaceri, rate, cosmetice și parfumerie

**Clasificare JEL:** G17, G32

**To cite this article:** Bogdan Cosmin Gomei, *Analiza rezultatelor și a structurilor adiacente în industria produselor cosmetice și de parfumerie*, *CECCAR Business Review*, N° 3/2023, pp. 34-45, DOI: <http://dx.doi.org/10.37945/cbr.2023.03.04>

### ➔ Introducere

Rezultatul ar putea fi definit ca reprezentând consecința activității favorabile, de îmbogățire a companiei, materializată prin profit, sau a activității negative, de sărăcire, concretizată prin pierdere, fiind determinat la finele fiecărui exercițiu financiar.

În virtutea principiului dublei reprezentări a rezultatelor în contabilitate, avem în vedere în paralel două structuri globale corespunzătoare rezultatului, respectiv cheltuielile și veniturile.

Rezultatul (R) se calculează ca diferență între venituri (V) și cheltuieli (C), potrivit relației:

$$V - C = \pm R$$

Rezultatul este pozitiv dacă veniturile surclasează cheltuielile și negativ în situația inversă.

$$V > C \rightarrow +R \text{ (profit) și } V < C \rightarrow -R \text{ (pierdere)}$$

Profitul reliefează remunerația capitalurilor proprii care au fost investite de asociați/acționari ori de întreprinzătorii individuali, iar pierderea presupune sancționarea unei activități cu caracter negativ (un risc al investitorilor), având drept consecință, în principiu, diminuarea capitalurilor proprii (reducerea averii firmei).

Din considerentul necesităților informaționale ale utilizatorilor de informație contabilă, rezultatul poate fi analitic sau global. Rezultatul analitic reflectă calculul și înregistrarea rezultatelor cu precădere pentru nevoile informaționale ale utilizatorilor interni (conducerea ori gestiunea internă a firmei). Rezultatul global pozitiv determinat înainte de deducerea impozitului pe profit este unul brut și poartă denumirea de profit impozabil, iar ce rămâne după scăderea impozitului pe profit (și a altor deduceri legiferate) este rezultatul global net, care se regăsește ca o structură distinctă aferentă capitalurilor proprii și la nivelul situației activelor, datoriilor și capitalurilor proprii.

Analiza rezultatelor și a structurilor adiacente vizează indicatorii de rotație/gestiune, de profitabilitate și de rentabilitate, care se pot reliefa centralizat după cum urmează:

Tabelul 1. Indicatori de tip rate ce vizează analiza rezultatelor și a structurilor adiacente

Tipul indicatorului			
GESTIUNEA RESURSELOR		PROFITABILITATEA	RENTABILITATEA
VITEZA DE ROTAȚIE	<b>Viteza de rotație a stocurilor (Vrs)</b> – numărul de reînnoiri aferente stocurilor (S) în decursul unui an $Vrs = CA/S$	<b>Rentabilitatea resurselor consumate (Rrc)</b> – gradul în care cheltuielile totale (Cht) generează profit net (Pn) $Rrc = Pn/Cht \times 100$	<b>Rentabilitatea economică (ROA)</b> – gradul în care activul total (TA) generează profit net $ROA = Pn/TA \times 100$
	<b>Viteza de rotație a clienților (Vrcl)</b> – numărul de reînnoiri aferente creanțelor – clienți (Cl) în decursul unui an $Vrcl = CA/Cl$	<b>Rata marjei brute sau marja brută din vânzări (Mbv)</b> – gradul în care cifra de afaceri (CA) generează profit brut (Pb) $Mbv = Pb/CA \times 100$	<b>Rentabilitatea financiară (ROE)</b> – gradul în care capitalul propriu (Cp) generează profit net $ROE = Pn/Cp \times 100$
	<b>Viteza de rotație a furnizorilor (Vrfz)</b> – numărul de reînnoiri aferente datoriilor – furnizori (Fz) în decursul unui an $Vrfz = CA/Fz$	<b>Rata marjei nete sau marja netă din vânzări (Mnv)</b> – gradul în care cifra de afaceri generează profit net $Mnv = Pn/CA \times 100$	<b>Rentabilitatea comercială (ROS)</b> – gradul în care cifra de afaceri generează profit net $ROS = Pn/CA \times 100$
DURATA MEDIE DE ROTAȚIE	<b>Durata medie de rotație a stocurilor (Dmrs)</b> – durata medie, în zile, dintre două reînnoiri consecutive ale stocurilor $Dmrs = S/CA \times 360$ zile		<b>Rentabilitatea investițională (ROI)</b> – gradul în care activele imobilizate (Ai) generează profit net $ROI = Pn/Ai \times 100$
	<b>Durata medie de rotație a clienților (Dmrcl)</b> – durata medie, în zile, dintre două reînnoiri consecutive ale creanțelor – clienți $Dmrcl = Cl/CA \times 360$ zile		
	<b>Durata medie de rotație a furnizorilor (Dmrfz)</b> – durata medie, în zile, dintre două reînnoiri consecutive ale datoriilor – furnizori $Dmrfz = Fz/CA \times 360$ zile		

Sursa: Prelucrare proprie.

## ➤ Metodologia cercetării

Metodele de analiză dinamică utilizate în cadrul acestui studiu se conturează astfel:

Tabelul 2. Principalele metode de analiză dinamică folosite

Tipul analizei	Formula de calcul
Abatere absolută (de tip diferență) cu bază în lanț	$\Delta_n = Valoare_n - Valoare_{n-1}$
Abatere relativă (de tip raport) cu bază în lanț	$I_n = \frac{Valoare_n}{Valoare_{n-1}} \times 100$
Rata de creștere/scădere (de tip procentual) cu bază în lanț	$Rc/s_n = \frac{Valoare_n}{Valoare_{n-1}} \times 100 - 100$
Ritmul mediu de creștere/scădere (de tip procentual)	$\bar{R} = \left( \sqrt[n-1]{\frac{Valoare_n}{Valoare_0}} - 1 \right) \times 100$

Sursa: Prelucrare proprie.

Metodele de analiză corelativă utilizate se prezintă după cum urmează:

$$r = \frac{\sum (X - \bar{X}) \times (Y - \bar{Y})}{\sqrt{\sum (X - \bar{X})^2 \times \sum (Y - \bar{Y})^2}}$$

$$d = r^2$$

Simbolul  $r$  se referă la coeficientul Pearson, care indică, din punct de vedere calitativ, raportul de corelație dintre două variabile, definind o corelație slabă, moderată, bună sau optimă. Valorile generate de acesta se interpretează cu ajutorul unor reguli empirice dezvoltate de Colton.

Tabelul 3. Interpretarea coeficientului Pearson pe baza regulilor empirice ale lui Colton

	Raportul dintre cele două variabile	Plaja valorică	Tipul de corelație
<b>COEFICIENTUL PEARSON</b>	✓ <b>Proportionalitate directă</b> Suplimentarea unei variabile atrage după sine suplimentarea celei de-a doua, iar reducerea unei variabile generează reducerea celei de-a doua.	0 ÷ 0,25	Slabă
		0,25 ÷ 0,50	Moderată
		0,50 ÷ 0,75	Bună
		0,75 ÷ 1	Optimă
	✓ <b>Proportionalitate inversă</b> Suplimentarea unei variabile atrage după sine reducerea celei de-a doua, iar reducerea unei variabile generează suplimentarea celei de-a doua.	0 ÷ -0,25	Slabă
		-0,25 ÷ -0,50	Moderată
		-0,50 ÷ -0,75	Bună
		-0,75 ÷ -1	Optimă

Sursa: Abordarea autorului, fundamentată pe literatura de specialitate.

Simbolul  $r^2$  se referă la coeficientul de determinare (pătratul coeficientului Pearson) și indică, din punct de vedere cantitativ, raportul de corelație dintre două variabile, stabilind procentual gradul de influență dintre ele.

## ➤ Rezultatele cercetării

Sephora Cosmetics România SA este o firmă cu tradiție pe piața românească, având o vechime de 22 de ani. Aceasta a luat ființă la data de 12 octombrie 2000 și este organizată ca societate pe acțiuni, domeniul principal de activitate fiind comerțul cu amănuntul al produselor cosmetice și de parfumerie prin intermediul magazinelor sale specializate. Este o societate plătitoare de taxă în sistemul TVA standard, la facturare.

Prezentăm în continuare o succintă trecere în revistă a **indicatorilor economico-financiari esențiali ai companiei** din ultimele două decenii.

Tabelul 4. Imagine de sinteză asupra principalilor indicatori economico-financiari ai Sephora în perioada 2000-2021

Anul	Cifra de afaceri	Profit net	Datorii	Active imobilizate	Active circulante	Capitaluri proprii	Număr mediu de angajați
2000	1.107.223	-135.068	1.487.093	413.607	1.433.502	1.882.967	14
2001	7.308.456	260.339	3.749.910	1.154.936	3.230.345	627.571	25
2002	12.339.660	-518.832	5.691.914	1.970.773	3.917.827	108.739	32
2003	18.813.793	231.987	10.068.044	2.725.393	7.535.828	340.726	37
2004	27.598.982	1.201.844	11.568.405	3.767.747	8.900.728	1.450.128	60
2005	34.950.849	2.881.060	10.056.899	4.667.189	9.498.704	4.331.188	61
2006	44.606.708	2.985.208	14.669.070	7.449.921	14.215.051	7.316.396	94
2007	58.101.758	4.883.679	35.887.121	16.567.361	24.802.455	5.482.695	180
2008	86.967.085	6.128.505	55.172.701	22.471.758	38.299.105	6.727.521	217
2009	95.260.866	-56.933	46.973.588	23.531.958	29.275.522	6.670.588	187
2010	96.831.299	4.370.446	49.752.687	22.942.052	37.262.396	11.041.036	222
2011	115.404.016	8.109.640	46.714.424	22.008.886	33.412.994	8.708.656	226
2012	129.524.234	5.200.127	54.168.120	19.810.284	40.373.028	6.432.683	219
2013	142.206.042	6.841.612	52.058.161	14.252.501	52.392.587	13.274.295	230
2014	149.875.693	11.918.777	42.972.332	12.859.741	45.098.491	13.193.072	230
2015	162.943.038	11.076.644	45.972.420	18.581.711	53.755.973	24.269.716	258
2016	194.402.310	14.458.650	45.177.393	21.954.673	65.934.343	38.728.366	293
2017	229.384.509	17.668.673	49.179.134	26.762.816	82.323.656	56.397.039	311
2018	263.982.996	19.162.676	57.757.094	29.302.703	109.297.548	75.559.716	330
2019	303.704.013	26.361.988	61.485.735	25.991.054	144.368.516	101.921.704	372
2020	247.867.375	14.922.656	77.417.559	24.112.763	73.972.957	15.522.360	333
2021	311.250.585	27.712.565	34.438.782	20.136.716	67.541.472	43.234.925	327

Sursa: [www.listafirme.ro](http://www.listafirme.ro)

În ce privește indicatorii economico-financiari esențiali ce țin de bilanț, de avere, observăm o dispersie remarcabilă începând cu anul 2006. Dacă până în 2012 datoriile dețin supremația, pe fondul dezvoltării și consolidării firmei pe piață, începând cu 2013, activele circulante le surclasează, pe fondul unei cereri tot mai ridicate de produse. Din 2017, capitalurile proprii devansează datoriile, astfel că finanțarea companiei trece de la una preponderent externă, bazată pe datorii, la una predominant proprie, bazată pe capitalurile proprii, firma dobândind stabilitate și autonomie financiară.

Contextul pandemic din 2020 afectează simțitor valoarea indicatorilor bilanțieri, cu scăderea cea mai drastică la nivelul stocurilor, pe fondul reducerii consistente a cererii de produse. Tot în 2020 se reduc și capitalurile proprii, ca urmare a diminuării profitului, care este reinvestit.

Remarcăm totuși o revenire și o redinamizare înceată și sigură a activității în 2021. Activele imobilizate rămân modeste valoric pe întregul interval de timp analizat, dovadă că firma nu se bazează în primul rând pe acestea, derulându-și activitatea în multe spații închiriate.

Trendul indicatorilor de rezultat este unul similar trendului indicatorilor bilanțieri. Pe fondul amplificării activității începând cu 2006, din acest an există abateri semnificative între cifra de afaceri și profitul net. Cifra de afaceri începe să se detașeze de profitul net, care se majorează și el, însă cu o dinamică mai redusă. Explicația constă în faptul că, asociat cifrei de afaceri, există un volum consistent de cheltuieli variabile, direct proporționale, și că firma își asigură profitabilitatea prin rulaj, nu prin adaos. Remarcăm o diminuare a acestor indicatori în anul pandemic 2020, însă situația se redresează în 2021, în condiții de normalitate relativă.

Având în vedere tendința indicatorilor de avere și de performanță, este normal ca și resursa umană să aibă o evoluție numerică similară. Astfel, aceasta manifestă un trend ascendent începând cu anii 2006-2007 până în 2019, în condiții de normalitate. În 2020, pe fondul crizei pandemice, se renunță la o parte din personal.

Privitor la dinamica indicatorilor sus-menționați, ca tendință generală, recurgem la **ritmul mediu de creștere/scădere**, care generează următoarele rezultate:

Tabelul 5. Dinamica indicatorilor economico-financiari esențiali ai Sephora, ca tendință generală, sub forma ritmului mediu de creștere/scădere

- % -

Perioada	Cifra de afaceri	Profit net	Datorii	Active imobilizate	Active circulante	Capitaluri proprii	Număr mediu de angajați
2000-2021	30,80	-228,85	16,14	20,32	20,14	16,09	16,19

Sursa: Prelucrare proprie pe baza Tabelului 4.

Remarcăm tendințe de creștere la majoritatea indicatorilor, cu excepția profitului net. Astfel, în topul majorării se află cifra de afaceri, cu o tendință de creștere de 30,8 procente în intervalul 2000-2021. Profitul net, direct asociat acesteia, are un trend descendent, de 228,85 procente.

În ce privește indicatorii bilanțieri, observăm tendințe de creștere de circa 20 de procente ale structurilor de activ și de aproximativ 16 procente ale structurilor de pasiv (20,14% la activele circulante și 20,32% la cele imobilizate, respectiv 16,14% la datorii și 16,09% la capitalurile proprii).

Totodată, se evidențiază o dinamică ascendentă a resursei umane de 16,19 procente în intervalul analizat.

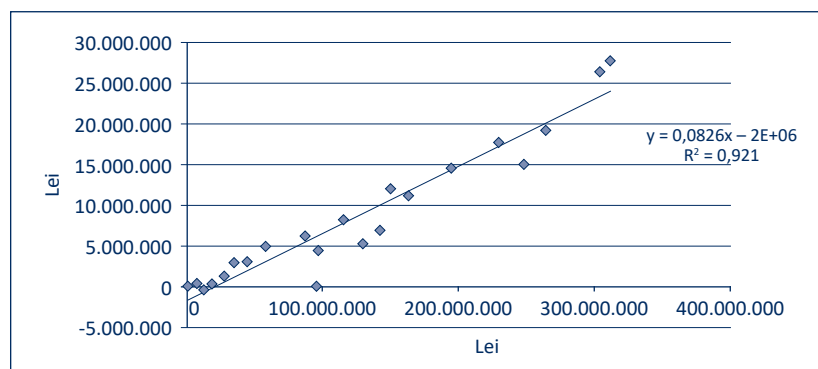
În continuare vom reda câteva **corelații între variații indicatori economico-financiari ai companiei în perioada 2000-2021**, care încearcă să surprindă gradul de interdependență dintre diverse variabile, în dinamică.

✓ Prima corelație reliefează **gradul de interdependență dintre cifra de afaceri și profitul net** aferente companiei în intervalul 2000-2021.

Tabelul 6. Corelația cifră de afaceri – profit net la Sephora în perioada 2000-2021

Cifră de afaceri – profit net	
Corelația Pearson	0,96

Sursa: Prelucrare proprie pe baza Tabelului 4.



Graficul 1. Corelația cifră de afaceri – profit net la Sephora în perioada 2000-2021

Sursa: Prelucrare proprie pe baza Tabelului 6.

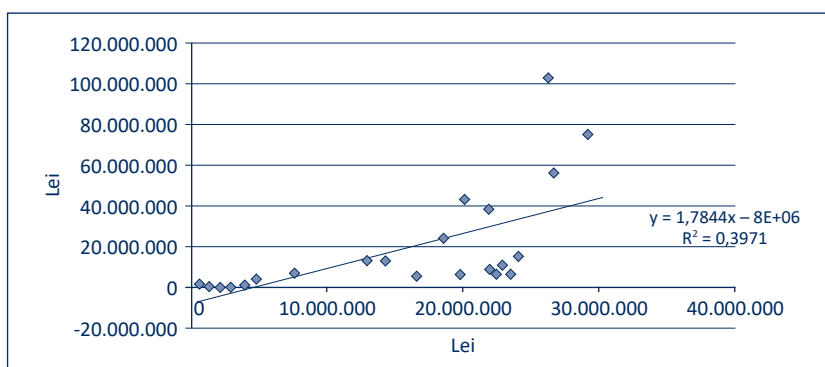
Corelația Pearson cifră de afaceri – profit net în perioada 2000-2021 generează un rezultat pozitiv, fiind direct proporțională și cu o valoare foarte mare, ce tinde spre maxim (spre 1), respectiv de 0,96. Astfel, din punct de vedere calitativ, corelația este optimă, reliefând o deplină concordanță între cheltuielile angajate și cifra de afaceri realizată în scopul obținerii de profit. Cantitativ, gradul de interdependență se măsoară prin prisma abaterii medii pătratice ori a coeficientului de determinare, indicând o influență de 92,1 procente a trendului cifrei de afaceri asupra trendului profitului net.

✓ A doua corelație redă **gradul de interdependență dintre capitalurile proprii**, respectiv sursele proprii de finanțare ale firmei, **și activele imobilizate**, reprezentând valorile sale de investiții, în intervalul temporal 2000-2021.

Tabelul 7. Corelația capitaluri proprii – active imobilizate la Sephora în perioada 2000-2021

Capitaluri proprii – active imobilizate	
Corelația Pearson	0,63

Sursa: Prelucrare proprie pe baza Tabelului 4.



Graficul 2. Corelația capitaluri proprii – active imobilizate la Sephora în perioada 2000-2021

Sursa: Prelucrare proprie pe baza Tabelului 7.

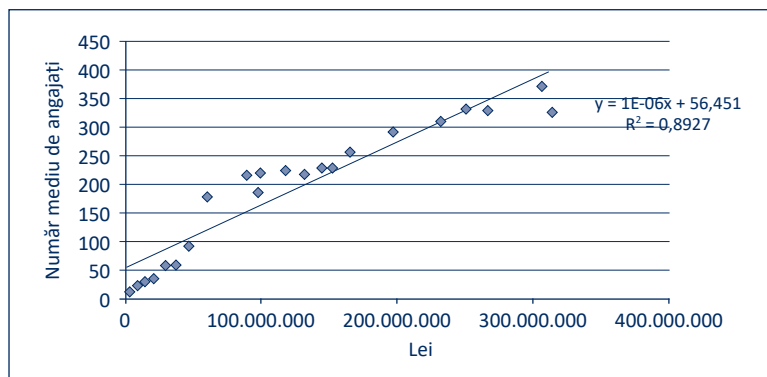
Corelația Pearson capitaluri proprii – active imobilizate în perioada 2000-2021 generează un rezultat pozitiv, fiind direct proporțională și cu o valoare moderată, de 0,63. Astfel, din punct de vedere calitativ, corelația este bună, reliefând o concordanță moderată între sursele proprii de finanțare disponibile și valorile de investiții deținute. Aceasta nu tinde spre maxim întrucât activele imobilizate nu sunt relevante pentru companie, iar finanțarea nu se realizează prioritar din capitaluri proprii, ci din pasive stabile gratuite de genul datoriilor la furnizori. Cantitativ, gradul de interdependență se măsoară prin prisma coeficientului de determinare, exprimând o influență de 39,71 procente a trendului capitalurilor proprii asupra trendului activelor imobilizate.

✓ A treia corelație reliefează **impactul resursei umane în obținerea cifrei de afaceri** în perioada 2000-2021.

Tabelul 8. Corelația număr mediu de angajați – cifră de afaceri la Sephora în perioada 2000-2021

Număr mediu de angajați – cifră de afaceri	
Corelația Pearson	0,94

Sursa: Prelucrare proprie pe baza Tabelului 4.



Graficul 3. Corelația număr mediu de angajați – cifră de afaceri la Sephora în perioada 2000-2021

**Sursa:** Prelucrare proprie pe baza Tabelului 8.

Corelația Pearson număr mediu de angajați – cifră de afaceri în intervalul analizat generează un rezultat pozitiv, fiind direct proporțională și cu o valoare foarte mare, de 0,94. Astfel, din punct de vedere calitativ, corelația este optimă, reliefând o deplină concordanță între generarea cifrei de afaceri și resursa umană implicată din acest considerent. Cea mai mare parte a clientelei preferă achizițiile clasice, din magazine, dorind să testeze marfa. Cu toate acestea, există o pondere redusă a clienților care, cunoscând produsele, recurg la achiziții online. Cantitativ, gradul de interdependență se măsoară prin prisma coeficientului de determinare, indicând o influență de 89,27 procente a resursei umane implicate asupra trendului cifrei de afaceri.

În continuare vom realiza o analiză a **rezultatelor și structurilor adiacente în perioada 2012-2021** la compania supusă studiului.

**Notă:** Toate tabelele următoare reprezintă prelucrare proprie pe baza informațiilor din situațiile financiare anuale ale firmei.

Tabelul 9. Indicatorii de rotație a stocurilor ai Sephora în perioada 2012-2021

Indicatori	Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cifra de afaceri (lei)		129.524.234	142.206.042	149.875.693	162.943.038	194.402.310	229.384.509	263.982.996	303.704.013	247.867.375	311.250.585
Stocuri (lei)		27.845.020	28.717.186	28.803.586	33.954.153	38.523.831	39.805.353	46.190.432	50.766.854	46.177.895	53.518.968
Viteza de rotație a stocurilor (număr mediu de reînnoiri)		4,65	4,95	5,20	4,80	5,05	5,76	5,72	5,98	5,37	5,82
Abatere absolută (număr mediu de reînnoiri)			0,30	0,25	-0,40	0,25	0,71	-0,04	0,26	-0,61	0,45
Abatere relativă (%)			106,45	105,05	92,31	105,20	114,06	99,30	104,54	89,80	108,38
Rata de creștere/scădere (%)			6,45	5,05	-7,69	5,20	14,06	-0,70	4,54	-10,20	8,38
Ritmul mediu de creștere/scădere (%)											2,51
Durata medie de rotație a stocurilor (zile)		77,40	72,70	69,18	75,02	71,34	62,47	63,00	60,18	67,07	61,90
Abatere absolută (zile)			-4,70	-3,52	5,84	-3,68	-8,87	0,53	-2,82	6,89	-5,17
Abatere relativă (%)			93,93	95,16	108,44	95,10	87,57	100,85	95,52	111,45	92,30
Rata de creștere/scădere (%)			-6,07	-4,84	8,44	-4,90	-12,43	0,85	-4,48	11,45	-7,70
Ritmul mediu de creștere/scădere (%)											-2,45

✓ **Rotația stocurilor** este relativ stabilă, deopotrivă în condiții de normalitate în perioada 2012-2019 și în contextul pandemic, marcat de SARS-CoV-2, în 2020 și 2021. Astfel, stocurile se rotesc în medie de 5 ori pe an, cu o durată medie între reînnoiri de circa 68 de zile, aspect perfect normal ținând seama de gradul redus de perisabilitate al stocurilor entității. Având în vedere că majoritatea magazinelor Sephora sunt deschise în cadrul unor centre comerciale, au existat ușoare perturbații în desfacere în 2020 și 2021, când accesul în aceste centre a fost restricționat, iar apoi a fost nevoie de certificatul verde.

Tabelul 10. Indicatorii de rotație a creanțelor – clienți ai Sephora  
în perioada 2012-2021

Indicatori	Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cifra de afaceri (lei)		129.524.234	142.206.042	149.875.693	162.943.038	194.402.310	229.384.509	263.982.996	303.704.013	247.867.375	311.250.585
Creanțe (lei)		6.148.885	5.117.207	6.358.974	6.806.672	4.472.187	5.551.519	6.181.286	36.747.732	16.426.179	7.991.537
<b>Viteza de rotație a creanțelor (număr mediu de reînnoiri)</b>		<b>21,06</b>	<b>27,79</b>	<b>23,57</b>	<b>23,94</b>	<b>43,47</b>	<b>41,32</b>	<b>42,71</b>	<b>8,26</b>	<b>15,09</b>	<b>38,95</b>
Abatere absolută (număr mediu de reînnoiri)			6,73	-4,22	0,37	19,53	-2,15	1,39	-34,45	6,83	23,86
Abatere relativă (%)			131,95	84,81	101,57	181,58	95,05	103,36	19,34	182,68	258,11
Rata de creștere/scădere (%)			31,95	-15,19	1,57	81,58	-4,95	3,36	-80,66	82,68	158,11
<b>Ritmul mediu de creștere/scădere (%)</b>											<b>7,07</b>
<b>Durata medie de rotație a creanțelor (zile)</b>		<b>17,09</b>	<b>12,95</b>	<b>15,27</b>	<b>15,04</b>	<b>8,28</b>	<b>8,71</b>	<b>8,43</b>	<b>43,56</b>	<b>23,86</b>	<b>9,24</b>
Abatere absolută (zile)			-4,14	2,32	-0,23	-6,76	0,43	-0,28	35,13	-19,70	-14,62
Abatere relativă (%)			75,77	117,91	98,49	55,05	105,20	96,78	516,72	54,77	38,72
Rata de creștere/scădere (%)			-24,23	17,91	-1,51	-44,95	5,20	-3,22	416,72	-45,23	-61,28
<b>Ritmul mediu de creștere/scădere (%)</b>											<b>-6,60</b>

✓ **Rotația creanțelor – clienți**, rezultată din emiterea de facturi cu încasare la termen, este fluctuantă, cu o medie de 28-29 de rotații pe an la un interval mediu de încasare de 15-16 zile. Compania livrează cu precădere la clienți persoane fizice, însă există și contracte încheiate cu alți comercianți către care facturează. Îndeosebi în 2019 asistăm la o flexibilizare a termenului de încasare, pentru ca situația să se regleze treptat în 2021. Desigur, firma este avantajată de încasări ale facturilor emise la intervale cât mai strânse, fără însă a inhiba clientela.

Tabelul 11. Indicatorii de rotație a datoriilor – furnizori ai Sephora  
în perioada 2012-2021

Indicatori	Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cifra de afaceri (lei)		129.524.234	142.206.042	149.875.693	162.943.038	194.402.310	229.384.509	263.982.996	303.704.013	247.867.375	311.250.585
Datorii pe termen scurt (lei)		40.208.599	40.356.253	34.022.077	36.574.863	36.765.537	40.394.650	48.601.262	53.066.432	63.208.970	35.833.568
<b>Viteza de rotație a datoriilor pe termen scurt (număr mediu de reînnoiri)</b>		<b>3,22</b>	<b>3,52</b>	<b>4,41</b>	<b>4,46</b>	<b>5,29</b>	<b>5,68</b>	<b>5,43</b>	<b>5,72</b>	<b>3,92</b>	<b>8,69</b>
Abatere absolută (număr mediu de reînnoiri)			0,30	0,89	0,05	0,83	0,39	-0,25	0,29	-1,80	4,77
Abatere relativă (%)			109,32	125,28	101,13	118,61	107,37	95,60	105,34	68,53	221,68
Rata de creștere/scădere (%)			9,32	25,28	1,13	18,61	7,37	-4,40	5,34	-31,47	121,68
<b>Ritmul mediu de creștere/scădere (%)</b>											<b>11,65</b>



Indicatori	Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Durata medie de rotație a datoriilor pe termen scurt (zile)		111,76	102,16	81,72	80,81	68,08	63,40	66,28	62,90	91,80	41,45
Abatere absolută (zile)			-9,60	-20,44	-0,91	-12,73	-4,68	2,88	-3,38	28,90	-50,35
Abatere relativă (%)			91,41	79,99	98,88	84,25	93,12	104,55	94,90	145,95	45,15
Rata de creștere/scădere (%)			-8,59	-20,01	-1,12	-15,75	-6,88	4,55	-5,10	45,95	-54,85
Ritmul mediu de creștere/scădere (%)											-10,44

✓ **Rotația datoriilor – furnizori** rezultă din negocierea mutuală cu furnizorii de a achita la termen facturile primite. De regulă, termenele de plată standard negociate sunt de 30, 45, 60 sau 90 de zile. În mod cert, interesul firmei este de a amâna cât mai mult plata acestor datorii astfel încât să utilizeze resursele respective pentru finanțarea activității de exploatare, în mod gratuit, fără dobânzi. Viteza medie de rotație este de 5 rotații pe an, cu o durată medie între două plăți succesive de 72 de zile. Compania își permite acest lucru întrucât beneficiază de un bun renume la furnizori, datorită caracterului și capacității dovedite de-a lungul timpului. Dinamismul creanțelor – clienți, mai ridicat decât cel al datoriilor – furnizori, avantajează societatea, ea încasând înainte de a plăti și asigurându-și astfel echilibrul lichidităților.

Tabelul 12. Rentabilitatea resurselor consumate a Sephora în perioada 2012-2021

Indicatori	Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rezultat net (lei)		5.200.127	6.841.612	11.918.777	11.076.644	14.458.650	17.668.673	19.162.676	26.361.988	14.922.656	27.712.565
Cheltuieli totale (lei)		125.960.827	136.171.003	136.900.079	150.637.070	177.282.741	208.013.307	240.602.419	272.604.087	234.648.434	279.698.079
Rentabilitatea resurselor consumate (%)		4,13	5,02	8,71	7,35	8,16	8,49	7,96	9,67	6,36	9,91
Abatere absolută (%)			0,89	3,69	-1,36	0,81	0,33	-0,53	1,71	-3,31	3,55
Abatere relativă (%)			121,55	173,50	84,38	111,02	104,15	93,76	121,48	65,77	155,82
Rata de creștere/scădere (%)			21,55	73,50	-15,62	11,02	4,15	-6,24	21,48	-34,23	55,82
Ritmul mediu de creștere/scădere (%)											10,22

✓ **Rentabilitatea resurselor consumate**, ca expresie a capacității cheltuielilor angajate de firmă de a genera profit net, are valori satisfăcătoare, cuprinse în intervalul 5-10%. Deși produsele comercializate sunt costisitoare, compania se bazează mai mult pe rulaj decât pe adaos, ținând seama că mărfurile au valori ridicate și că multe dintre ele, cu precădere parfumurile, sunt considerate de lux și, pe cale de consecință, purtătoare de accize. Tendința generală a indicatorului este de majorare în perioada 2012-2021, cu 10,22 procente, evidențiată și de ritmul mediu de creștere/scădere.

Tabelul 13. Marja brută din vânzări a Sephora în perioada 2012-2021

Indicatori	Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rezultat brut (lei)		6.346.651	8.703.325	14.655.856	13.796.820	17.703.983	21.827.180	23.588.951	31.561.180	16.987.578	31.825.193
Cifra de afaceri (lei)		129.524.234	142.206.042	149.875.693	162.943.038	194.402.310	229.384.509	263.982.996	303.704.013	247.867.375	311.250.585
Marja brută din vânzări (%)		4,90	6,12	9,78	8,47	9,11	9,52	8,94	10,39	6,85	10,22
Abatere absolută (%)			1,22	3,66	-1,31	0,64	0,41	-0,58	1,45	-3,54	3,37
Abatere relativă (%)			124,90	159,80	86,60	107,55	104,50	93,91	116,22	65,93	149,19
Rata de creștere/scădere (%)			24,90	59,80	-13,40	7,55	4,50	-6,09	16,22	-34,07	49,19
Ritmul mediu de creștere/scădere (%)											8,52

✓ **Marja brută din vânzări**, ca expresie a capacității cifrei de afaceri de a genera profit brut, prezintă o tendință fluctuantă, în medie cu poziționări în intervalul 5-10%. Valorile sunt satisfăcătoare, însă dovedesc din nou faptul că firma își asigură profitabilitatea pe baza rulajului, și nu a adaosului. Remarcăm o scădere a indicatorului în 2020, pe fondul restricționării accesului în centrele comerciale în care firma are deschise cele mai multe magazine. În general, acesta manifestă o tendință de majorare, cu 8,52 procente, evidențiată și de ritmul mediu de creștere/scădere.

Tabelul 14. Marja netă din vânzări a Sephora  
în perioada 2012-2021

Indicatori	Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rezultat net (lei)		5.200.127	6.841.612	11.918.777	11.076.644	14.458.650	17.668.673	19.162.676	26.361.988	14.922.656	27.712.565
Cifra de afaceri (lei)		129.524.234	142.206.042	149.875.693	162.943.038	194.402.310	229.384.509	263.982.996	303.704.013	247.867.375	311.250.585
<b>Marja netă din vânzări (%)</b>		<b>4,01</b>	<b>4,81</b>	<b>7,95</b>	<b>6,80</b>	<b>7,44</b>	<b>7,70</b>	<b>7,26</b>	<b>8,68</b>	<b>6,02</b>	<b>8,90</b>
Abatere absolută (%)			0,80	3,14	-1,15	0,64	0,26	-0,44	1,42	-2,66	2,88
Abatere relativă (%)			119,95	165,28	85,53	109,41	103,49	94,28	119,56	69,36	147,84
Rata de creștere/scădere (%)			19,95	65,28	-14,47	9,41	3,49	-5,72	19,56	-30,64	47,84
<b>Ritmul mediu de creștere/scădere (%)</b>											<b>9,25</b>

✓ **Marja netă din vânzări** redă capacitatea cifrei de afaceri de a genera profit net. Ca în cazul indicatorului anterior, remarcăm valori poziționate în medie în intervalul 4-9%, satisfăcătoare, care fac dovada strategiei firmei de asigurare a profitabilității pe baza rulajului, nu a adaosului, în ciuda comercializării unor produse considerate de lux. Observăm un trend în general crescător, de 9,25 procente, reliefat și de ritmul mediu de creștere/scădere.

Tabelul 15. Rentabilitatea economică a Sephora  
în perioada 2012-2021

Indicatori	Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rezultat net (lei)		5.200.127	6.841.612	11.918.777	11.076.644	14.458.650	17.668.673	19.162.676	26.361.988	14.922.656	27.712.565
Activ total (lei)		60.183.312	66.645.088	57.958.232	72.337.684	87.889.016	109.086.472	138.600.251	170.359.570	98.085.720	87.678.188
<b>Rentabilitatea economică (%)</b>		<b>8,64</b>	<b>10,27</b>	<b>20,56</b>	<b>15,31</b>	<b>16,45</b>	<b>16,20</b>	<b>13,83</b>	<b>15,47</b>	<b>15,21</b>	<b>31,61</b>
Abatere absolută (%)			1,63	10,29	-5,25	1,14	-0,25	-2,37	1,64	-0,26	16,40
Abatere relativă (%)			118,86	200,19	74,46	107,44	98,48	85,37	111,85	98,32	207,82
Rata de creștere/scădere (%)			18,86	100,19	-25,54	7,44	-1,52	-14,63	11,85	-1,68	107,82
<b>Ritmul mediu de creștere/scădere (%)</b>											<b>15,50</b>

✓ **Rentabilitatea economică sau rentabilitatea activului total (ROA)**, vizând capacitatea activului total de a genera profit net, manifestă o tendință fluctuantă în cazul firmei noastre, dar cu poziționări excelente, cu mult peste intervalul optim, de 5-15%, pe toată perioada analizată. În anul 2021, în condiții de normalitate, valoarea rentabilității economice atinge cote considerabile, de peste 30%, lucru favorabil pentru companie. Tendința generală a indicatorului este de majorare, cu 15,5 procente, fiind reliefată și de ritmul mediu de creștere/scădere.

Tabelul 16. Rentabilitatea financiară a Sephora  
în perioada 2012-2021

Indicatori	Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rezultat net (lei)		5.200.127	6.841.612	11.918.777	11.076.644	14.458.650	17.668.673	19.162.676	26.361.988	14.922.656	27.712.565
Capitaluri proprii (lei)		6.432.683	13.274.295	13.193.072	24.269.716	38.728.366	56.397.039	75.559.716	101.921.704	15.522.360	43.234.925
<b>Rentabilitatea financiară (%)</b>		<b>80,84</b>	<b>51,54</b>	<b>90,34</b>	<b>45,64</b>	<b>37,33</b>	<b>31,33</b>	<b>25,36</b>	<b>25,86</b>	<b>96,14</b>	<b>64,10</b>
Abatere absolută (%)			-29,30	38,80	-44,70	-8,31	-6,00	-5,97	0,50	70,28	-32,04
Abatere relativă (%)			63,76	175,28	50,52	81,80	83,92	80,95	101,97	371,77	66,67
Rata de creștere/scădere (%)			-36,24	75,28	-49,48	-18,20	-16,08	-19,05	1,97	271,77	-33,33
Ritmul mediu de creștere/scădere (%)											-2,55

✓ **Rentabilitatea financiară sau rentabilitatea capitalului propriu (ROE)**, vizând capacitatea capitalului propriu, a averii proprietarilor acționari/asociați, de a genera profit net, manifestă o tendință foarte oscilantă în cazul firmei noastre, însă cu valori ridicate pe parcursul întregului interval supus analizei. Cauza o reprezintă variațiile ponderii capitalurilor proprii și datoriilor în pasivul total. Indicatorul fluctuează în intervalul 25-95%, cu mult peste pragul de 5% solicitat de normativul internațional, aspect extrem de favorabil pentru companie. Să nu uităm că ROE este barometrul creditării societății, astfel că orice credit ce prezintă o rată anuală a dobânzii negociată plasată sub valoarea indicatorului este rentabil pentru firmă. Totuși, tendința generală a acestuia este de ușoară descreștere, cu 2,55 procente, fiind reliefată și de ritmul mediu de creștere/scădere.

Tabelul 17. Rentabilitatea comercială a Sephora  
în perioada 2012-2021

Indicatori	Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rezultat net (lei)		5.200.127	6.841.612	11.918.777	11.076.644	14.458.650	17.668.673	19.162.676	26.361.988	14.922.656	27.712.565
Cifra de afaceri (lei)		129.524.234	142.206.042	149.875.693	162.943.038	194.402.310	229.384.509	263.982.996	303.704.013	247.867.375	311.250.585
<b>Rentabilitatea comercială (%)</b>		<b>4,01</b>	<b>4,81</b>	<b>7,95</b>	<b>6,80</b>	<b>7,44</b>	<b>7,70</b>	<b>7,26</b>	<b>8,68</b>	<b>6,02</b>	<b>8,90</b>
Abatere absolută (%)			0,80	3,14	-1,15	0,64	0,26	-0,44	1,42	-2,66	2,88
Abatere relativă (%)			119,95	165,28	85,53	109,41	103,49	94,28	119,56	69,36	147,84
Rata de creștere/scădere (%)			19,95	65,28	-14,47	9,41	3,49	-5,72	19,56	-30,64	47,84
Ritmul mediu de creștere/scădere (%)											9,25

✓ **Rentabilitatea comercială sau rentabilitatea cifrei de afaceri (ROS)**, vizând capacitatea cifrei de afaceri de a genera profit net, manifestă o tendință oscilantă în cazul Sephora, însă nu pe o plajă vastă, ci în intervalul 4-9%. Astfel, coroborat cu veniturile obținute, sunt angajate cheltuieli de valori apropiate, ca dovadă a prezenței unui cuantum ridicat de cheltuieli variabile. Tendința generală a indicatorului este de majorare, cu 9,25 procente, fiind reliefată și de ritmul mediu de creștere/scădere.

Tabelul 18. Rentabilitatea investițională a Sephora  
în perioada 2012-2021

Indicatori	Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rezultat net (lei)		5.200.127	6.841.612	11.918.777	11.076.644	14.458.650	17.668.673	19.162.676	26.361.988	14.922.656	27.712.565
Active imobilizate (lei)		19.810.284	14.252.501	12.859.741	18.581.711	21.954.673	26.762.816	29.302.703	25.991.054	24.112.763	20.136.716
<b>Rentabilitatea investițională (%)</b>		<b>26,25</b>	<b>48,00</b>	<b>92,68</b>	<b>59,61</b>	<b>65,86</b>	<b>66,02</b>	<b>65,40</b>	<b>101,43</b>	<b>61,89</b>	<b>137,62</b>

Indicatori \ Ani	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Abatere absolută (%)		21,75	44,68	-33,07	6,25	0,16	-0,62	36,03	-39,54	75,73
Abatere relativă (%)		182,86	193,08	64,32	110,48	100,24	99,06	155,09	61,02	222,36
Rata de creștere/scădere (%)		82,86	93,08	-35,68	10,48	0,24	-0,94	55,09	-38,98	122,36
Ritmul mediu de creștere/scădere (%)										20,21

✓ **Rentabilitatea investițională sau rentabilitatea activului imobilizat (ROI)**, vizând capacitatea activelor imobilizate de a genera profit net, manifestă o tendință oscilantă în cazul societății analizate, însă cu poziționări extrem de favorabile, chiar supraunitare pe alocuri. Cauza este dată de volumul redus-moderat de active imobilizate, coroborat cu rezultatul obținut din activitatea companiei. Tendința generală a indicatorului este de majorare, cu 20,21 procente, fiind reliefată și de ritmul mediu de creștere/scădere.

### ⇒ Concluzii

La finalul studiului, considerăm oportune următoarele recomandări pentru compania analizată:

- practicarea unei politici de finanțare care să vizeze reinvestirea profitului și majorarea capitalurilor proprii, asigurând astfel stabilitatea și autonomia financiară ale firmei;
- aplicarea unei strategii bazate pe sortimente variate de produse, cu prețuri diferențiate, care să se adreseze unei clientele cât mai diversificate, cifra de afaceri putându-se astfel majora pe baza rulajului;
- practicarea preponderentă a comerțului prin magazine, și mai puțin online, întrucât societatea comercializează produse pe care clienții doresc să le testeze.

### Bibliografie

1. Bătcă-Dumitru, C.-G., Sahlian, D.-N., Șendroi, C. (2022), *Managementul performanței*, ediția a II-a, Editura CECCAR, București.
2. Berheci, M. (2010), *Valorificarea raportărilor financiare. Sinteze contabile: teorie, analize, studii de caz*, Editura CECCAR, București.
3. Dragotă, V., Ciobanu, A., Obreja, L., Dragotă, M. (2003), *Management financiar*, vol. II, *Politici financiare de întreprindere*, Editura Economică, București.
4. Dragotă, V., Obreja Brașoveanu, L., Dragotă, I.-M. (2012), *Management financiar*, vol. I, *Diagnosticul financiar al companiei*, ediția a II-a, Editura Economică, București.
5. Gomi, B.C. (2020), *Management financiar și al performanțelor*, Editura Eurostampa, Timișoara.
6. Gomi, B.C. (2022), *Analiză economico-financiară*, curs pe platforma SUMS a Universității „Aurel Vlaicu”, Arad.
7. Mironiuc, M. (2009), *Analiză economico-financiară. Performanță. Poziție financiară. Risc*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași.
8. Păvăloaia, W., Paraschivescu, M.D., Olaru, G.-D., Radu, F. (2006), *Analiză financiară. Studii de caz*, Editura Tehnopress, Iași.
9. Robu, V., Anghel, I., Șerban, E.-C. (2014), *Analiza economico-financiară a firmei*, Editura Economică, București.
10. Șuşu, Ș. (2021), *Analiză economico-financiară. Indicatori pentru sănătatea afacerii*, Editura Economică, București.
11. www.listafirme.ro
12. www.risco.ro