

## **El dilema del Administrador financiero**

Toda empresa debe cumplir un equilibrio financiero entre tres aspectos: Liquidez, Endeudamiento y Rentabilidad. El aumento de una de estas variables tiene impactos en el triángulo y consecuencias que los administradores financieros deben prever en su gestión para evitar sorpresas inesperadas.

**LIQUIDEZ** La Liquidez es la capacidad que tiene una empresa de responder por sus deudas y obligaciones a corto plazo, cuando hablamos del término a corto plazo nos referimos a periodos inferiores a un año. Por ejemplo, una empresa para poder realizar su proceso productivo tendrá que pagar la nómina a los empleados (mensual), los materiales a los proveedores (trimestral), cumplir con obligaciones como servicios (mensual), arriendo, deudas financieras, entre otras.

**ENDEUDAMIENTO** El endeudamiento es un concepto basado en los préstamos y obligaciones financieras que una empresa adquiere, para una persona natural no tener deuda puede ser algo bueno, sin embargo, para una empresa la deuda es algo sano en función de aumentar el valor de la empresa.

**El apalancamiento financiero** es necesario, dado que para una empresa los intereses de los recursos prestados y cobrados por un banco tienen un valor inferior a los recursos que sus accionistas podrían generar.

**RENTABILIDAD** Finalmente, la rentabilidad es el beneficio económico de la actividad realizada, luego de poner todos los ingresos y salidas de dinero en los estados financieros podemos calcular la utilidad que tiene nuestro negocio y junto con la utilidad podremos expresar en forma porcentual la rentabilidad de la compañía.

La rentabilidad de una compañía de forma porcentual % explica el dinero que queda dentro de la empresa por cada \$100 de ventas. Mientras más alto sea este número, significa que más rentable será la empresa.

## **EL DILEMA ENTRE LA LIQUIDEZ, EL ENDEUDAMIENTO Y LA RENTABILIDAD**

El equilibrio entre estas tres variables es una función que debe compensar el administrador financiero, pues, aunque en algunos momentos de la vida de la empresa pareciera ser más importante una que la otra, el equilibrio debe prevalecer a toda costa.

Para una empresa que inicia o como lo vivimos en épocas de pandemia la liquidez pareciera más importante, sin embargo, acciones que vayan solo en función de la liquidez como vender a contado y a bajos precios, o vender activos en la compañía, pueden poner en Jaque la rentabilidad.

En ese orden de ideas, para una empresa adquirir liquidez en estas épocas de Covid, pudo ser necesario tomar algunos créditos, afectando así el endeudamiento y comprometiendo flujos de caja futuros de la empresa.

La sobrevivencia de las empresas dependía de la liquidez, un concepto más cortoplacista y seguro se debe ver disminuida la rentabilidad. Sin embargo, se debe consolidar la rentabilidad de la compañía a largo plazo, y esta consolidación traerá consigo la anhelada liquidez.

El adecuado manejo financiero mantendrá este equilibrio que sin duda llevará a la empresa a la sostenibilidad en el tiempo.

## **RAZONES FINANCIERAS**

Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social.

**INDICADORES FINANCIEROS** ¿Qué son las razones financieras? La información que genera la contabilidad y que se resume en los estados financieros, debe ser interpretada y analizada para poder comprender el estado de la empresa al momento de generar dicha información, y una forma de hacerlo es mediante una serie de indicadores que permiten analizar las partes que componen la estructura financiera de la empresa.

Las razones financieras permiten hacer comparativas entre los diferentes periodos contables o económicos de la empresa para conocer cuál ha sido el comportamiento de esta durante el tiempo y así poder hacer por ejemplo proyecciones a corto, mediano y largo plazo, simplemente hacer evaluaciones sobre resultados pasados para tomar correctivos si a ello hubiere lugar.

Las razones financieras, son pues, esos ratios e indicadores que permiten identificar situaciones particulares de la estructura de una empresa, lo que permite evaluar su gestión y desempeño.

**Clasificación de las razones financieras. Las razones financieras se pueden clasificar en los siguientes grupos y cada grupo pretende evaluar un elemento de la estructura financiera de la empresa:** Razones de liquidez Razones de endeudamiento Razones de rentabilidad Razones de cobertura

### **Razones de liquidez.**

Las razones de liquidez permiten identificar el grado o índice de liquidez con que cuenta la empresa y para ello se utilizan los siguientes indicadores, y para ello debe tener claro los siguientes conceptos: Pasivos corrientes. Activos Corrientes.

### **¿Cuáles son las razones financieras de endeudamiento?**

Las razones financieras de endeudamiento o apalancamiento analizan la estructura de capital de la firma, midiendo su financiamiento con capital de deuda y determinan su capacidad para hacer frente a sus obligaciones.

Gitman y Zutter (p.71) indican que dentro de esta categoría de ratios se tienen dos tipos, las medidas del grado de endeudamiento y las medidas de la capacidad de pago de deudas:

**El grado de endeudamiento** Mide el monto de deuda en relación con otras cifras significativas del balance general. Un par de medidas comunes del grado de endeudamiento son el índice de endeudamiento y la relación deuda capital.

**Índice de endeudamiento** El índice de endeudamiento mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa. Cuanto mayor es el índice, mayor es el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades. El índice se calcula de la siguiente manera

**Índice de endeudamiento = Total de pasivos ÷ Total de activos**

Un índice de endeudamiento alto muestra que una empresa recurre constantemente a deuda como método de financiamiento. A su vez, esto indica una señal de riesgo. Esta clase de prácticas puede provocar volatilidad en los ingresos por motivo de los gastos financieros.

### **Endeudamiento financiero: ejemplo práctico 1**

Índice de Endeudamiento = Pasivo total / (Activo total – Pasivo total)

### **ejemplo práctico 1**

Ya que el índice de endeudamiento financiero mide la deuda con relación al valor total de las acciones, a menudo se usa para examinar cuánta deuda usa la empresa como apalancamiento (tratar de incrementar su valor por medio de dinero prestado). Un índice de endeudamiento alto muestra que una empresa recurre constantemente a deuda como método de financiamiento. A su

vez, esto indica una señal de riesgo. Esta clase de prácticas puede provocar volatilidad en los ingresos por motivo de los gastos financieros.

Por ejemplo, imagina que una empresa tiene un capital neto de \$180.000 y un pasivo de \$620.000. En este caso, su índice de endeudamiento sería de 3,4444 ( $\$620.000 / \$180.000$ ) o 344,44%. Esto indica que la empresa se ha endeudado constantemente y demuestra un riesgo algo.

Por otro lado, digamos que la empresa tiene un patrimonio neto de \$620.000 y pasivos por \$180.000. La ratio en este caso sería de 0,2903 ( $\$180.000 / \$620.000$ ) o 29,03%. Esto señala que la compañía no adquiere muchas deudas, así que es de menor riesgo. ¿Pero qué tan rentable ha sido sin adquirir deudas?

Hay que tener en cuenta que, si una empresa se endeuda para expandir sus operaciones, puede generar más ingresos. Y si los ingresos son mayores que el costo de la deuda (intereses), entonces los accionistas recibirán más beneficios. Sin embargo, si el costo de la deuda termina siendo mayor a los ingresos que genera la empresa por medio de la misma, las acciones se verán afectadas. Además, si la empresa no puede soportar el costo de la deuda, puede terminar en bancarrota y dejar a los accionistas sin nada

### **La capacidad de pago de deudas**

Refleja la capacidad de una empresa para realizar los pagos requeridos de acuerdo con lo programado durante la vigencia de una deuda. El término pago de deudas simplemente significa pagar las deudas a tiempo. La capacidad de la empresa para pagar ciertos costos fijos se mide usando los índices de cobertura. Por lo general se prefieren índices de cobertura altos (especialmente desde la postura de los prestamistas), pero un índice muy alto podría indicar que la administración de la empresa es demasiado conservadora y que podría tener mayores rendimientos si solicitara más préstamos.

En general, cuanto menor es el índice de cobertura de la empresa, menos posibilidades tiene de pagar sus obligaciones fijas. Si una empresa no es capaz de pagar estas obligaciones, sus acreedores solicitarán de inmediato los reembolsos correspondientes, lo que, en la mayoría de los casos, obligaría a una firma a declararse en quiebra. Dos índices de cobertura usados con frecuencia son: la razón de cargos de interés fijo y el índice de cobertura de pagos fijos.

### **Ratio de razón de endeudamiento del activo total**

El ratio de razón de endeudamiento del activo total, sirve para establecer una métrica del grado de endeudamiento de una empresa en relación al total de sus activos.

Razón de endeudamiento del activo total =  $\text{pasivo total} / \text{activo total}$

## **RAZONES DE RENDIMIENTO**

### **●Margen de utilidad bruta**

Esta fórmula indica la relación entre los ingresos por ventas netas y el costo de los bienes vendidos. Esta relación se debe comparar con los datos de la industria, ya que puede indicar un volumen insuficiente y compras excesivas o costos de mano de obra.

El margen de beneficio bruto es simplemente el ingreso bruto (ingreso menos el costo de los bienes vendidos) dividido por los ingresos totales. La relación refleja las decisiones de precios y los costos del producto.

### **La fórmula para calcular el margen de beneficio bruto es:**

Beneficio o utilidad bruta/Ventas totales

### ●Margen de utilidad operativa

El margen de utilidad de operación se calcula dividiendo el ingreso operativo (utilidad bruta menos gastos operativos) por las ventas totales. Los gastos de operación incluyen costos tales como gastos administrativos generales y otros costos que no pueden atribuirse a unidades de productos individuales.

**La fórmula para calcular el margen de beneficio operativo es:**

**Utilidad operativa= utilidad bruta- gastos operativos**

Utilidad operativa / Ventas totales

### ● Margen de utilidad neta

El margen de beneficio neto compara los ingresos netos de una empresa con sus ventas totales. Esta relación se calcula dividiendo el ingreso neto, o el resultado final de una empresa, por las ventas netas. Esta fórmula mide la capacidad de una empresa para traducir las ventas en ganancias para los accionistas. Una vez más, los inversionistas deberían buscar compañías con márgenes de ganancias netas fuertes y consistentes

**La fórmula para calcular el margen de beneficio neto es:**

Ingreso Neto o resultado final / Ventas totales

## RAZONES FINANCIERAS

Conocer el origen etimológico de las palabras que dan forma al término razones financieras es lo primero que hay que hacer para poder establecer el significado del mismo. Al respecto hay que saber esto:

-Razones deriva del latín “ratio”, que significa “razón”. -Financieras, por su parte, emana del verbo francés “financer”, que puede traducirse como “sufragar una deuda” y que, a su vez, procede del latín “finis”, que es sinónimo de “fin”.

Las razones financieras, que también se conocen como ratios financieras, son cocientes que permiten establecer comparaciones entre distintos datos financieros

Para que una razón financiera sea válida, debe cotejar informaciones que correspondan a un mismo periodo.

En concreto, se utilizan con el claro objetivo de que se pueda conocer la realidad de una empresa o de una división concreta de la misma para así poder determinar si puede llevar a cabo el proceso de asumir ciertas obligaciones o incluso nuevos proyectos.

Estos ratios siempre tienen sentido cuando se comparan en una serie temporal. Una razón financiera aislada no brinda información de utilidad respecto a una empresa o una organización.

**RATIO** :Uno de los conceptos más utilizados en economía son los ratios. Un ratio es el cociente entre dos magnitudes que están relacionadas. El objetivo es poder establecer cálculos y realizar comparaciones a través de este instrumento.

Los ejemplos son muy utilizados en economía, sobre todo en el ámbito financiero. A través del balance de situación o de la cuenta de pérdidas y ganancias de la empresa podremos obtener bastantes ratios financieros de gran utilidad, que nos permitirá realizar diferentes acciones

**¿Para qué sirve un ratio?** El ratio puede servir para multitud de propósitos. Al poder ser comparados con otros periodos, estos pueden informarnos de la evolución de una empresa, tanto si dicha evolución es positiva como negativa.

La información económica y financiera que obtengamos a través de ello nos permitirá saber la situación de la empresa, así como tomar decisiones en base a ello.

Existen numerosas razones financieras. Una de las más usuales señala la liquidez de una entidad y se calcula dividiendo el activo corriente de la firma por el pasivo corriente. De este modo, la razón revela qué disposición monetaria tiene la compañía para asumir sus obligaciones inmediatas.

Otra razón financiera de uso habitual es que la revela el nivel de endeudamiento respecto a los activos. Para calcular esta ratio, hay dividir la deuda total (el pasivo a largo plazo más el pasivo circulante) por la totalidad de los activos. Además de las dos razones financieras citadas, las de liquidez y endeudamiento, existen otras dos más

## **CALCULO DE RAZONES RENTABILIDAD Y SISTEMA DUPONT**

Las razones de rentabilidad son una manera de medir la eficiencia con la que una empresa utiliza sus recursos para generar ganancias. Se trata de un cálculo que determina las relaciones existentes entre los distintos rubros del neg

Además, proporcionan información valiosa sobre la rentabilidad, la eficiencia y la sostenibilidad de una empresa, lo que ayuda a los inversores, gerentes y propietarios a tomar decisiones informadas sobre cómo mejorar la salud financiera de su organización.

Las razones de rentabilidad o de rendimiento se emplean para medir la eficacia de la administración de un negocio en relación al control de los costes y gastos para traducirlos en ganancias.

**7 razones de rentabilidad** Margen de utilidad bruta. Margen de utilidad operativa. Margen de utilidad neta. Rotación de activos. Rendimiento inversión. Rendimiento sobre el capital. Rendimiento de utilidad por acción.

**1. Margen de utilidad bruta** Esta razón permite medir el porcentaje de remanente entre el precio de venta de tus productos o servicios y los costes fijos variables involucrados en la cadena, desde su producción hasta la venta y mantenimiento, según sea el caso. Calcular este margen permite comparar los ingresos y las ventas.

*Su fórmula es:* Margen de utilidad bruta = (Utilidad bruta / Ventas netas) x 100

**2. Margen de utilidad operativa** Esta razón se utiliza para medir y evaluar el porcentaje que resta de cada operación, luego de deducir todos los costos y gastos operativos, sin contemplar intereses, impuestos o dividendos de acciones. Es decir, las utilidades puras generadas por cada peso de las ventas obtenidas. Ten presente que un margen operativo sano siempre debe mantenerse elevado, de lo contrario, será preciso reevaluar las estrategias para revertirlo.

*Su fórmula es:* Margen de utilidad operativa = (Utilidad operativa / Ventas netas) x 100

**3. Margen de utilidad neta** Las utilidades netas son las ganancias que se obtienen de las ventas, sin considerar los gastos de producción, logística y distribución, impuestos, comisiones, gastos operativos, entre otros servicios. Para su cálculo, debes conocer todos los gastos fijos que se generen dentro de la empresa: los de las operaciones ordinarias, al mismo tiempo que los impuestos y comisiones derivados de la estructura de costes de la empresa.

*Su fórmula es:* Margen de utilidad neta = (utilidad Neta / ventas totales x 100

**4. Rotación de activos** También conocido como rendimiento sobre los activos, es uno de los indicadores clave que te permite describir el estado financiero de tu negocio. Te da un parámetro de evaluación de rentabilidad, el cual integra el valor total de los recursos o activos necesarios para respaldar las operaciones del negocio, tales como recursos, herramientas e infraestructura, a fin de generar ingresos por venta entre períodos fiscales.

*Su fórmula es:* Razón de rotación de activos = (utilidad) / activos totales

**5. Rendimiento de la inversión** Esta razón de rentabilidad funciona para evaluar el rendimiento actual de las inversiones y los activos necesarios para generar ingresos. Es muy funcional, sobre todo, al inicio de algún proyecto de negocios. Para su cálculo no se considera el total de las ventas, sino la utilidad neta después del pago de impuestos.

*Su fórmula es:* Rendimiento de la inversión = (utilidad neta - impuestos) / valor de activos totales

**6. Razón de rendimiento sobre el capital** **Nombrada también como ROE**, por sus siglas en inglés, esta razón de rendimiento sobre el capital es un valor importante para los ingresos en el ámbito de las inversiones. Está estrechamente relacionada con las utilidades netas generadas en las ventas y la razón de rendimiento de la inversión de los accionistas del negocio. Su análisis es muy práctico para la escritura y presentación de informes financieros para los socios o posibles inversionistas

*Su fórmula es:* Rendimiento sobre el capital = utilidad neta después de impuestos / capital de los accionistas.

**7. Razón de utilidad por acción** Es un medidor que se emplea en todo tipo de empresa o negocio que integre en su estructura orgánica la figura accionaria. Funciona para evaluar el desempeño y rentabilidad por acción en un periodo determinado. Con esta herramienta, podrás evaluar las utilidades por acción, un dato esencial para dar a conocer a los accionistas el rendimiento de cada acción y mantener su confianza en tu negocio. Además, si cuentas con una o varias empresas, este valor también te puede ayudar a evaluar los ingresos personales.

*Su fórmula es la siguiente:* Utilidad por acción = ganancia disponible para los accionistas / total de acciones en circulación.

**Análisis Dupont y Sumario de razones.** El análisis Dupont es una importante herramienta para identificar si la empresa está usando eficientemente sus recursos. El sistema DuPont de análisis financiero conjunta las razones y proporciones de actividad con las de rendimiento sobre ventas, dando como resultado la forma en que ambas interactúan para determinar el rendimiento de los activos. ... Es equivalente a la rotación del Activo Total respecto de las Ventas.

## SUMARIO DE RAZONES

**¿Cuál es el uso de las razones financieras?** Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social

**¿Cuál es el objetivo de las razones financieras?** Las razones financieras son una forma útil de recopilar grandes cantidades de datos financieros y de comparar la evolución de la empresa y tienen como objetivo evaluar la liquidez, actividad, apalancamiento y rentabilidad. El pilar fundamental del análisis financiero está contemplado en la información que proporcionan los estados financieros de la empresa, teniendo en cuenta las características de los usuarios a quienes van dirigidos y los objetivos específicos que los originan, entre los más conocidos y usados son el Balance General y el Estado de Resultados (también llamado de Pérdidas y Ganancias), que son preparados, casi siempre, al final del periodo de operaciones por los administradores y en los cuales se evalúa la capacidad del ente para generar flujos favorables según la recopilación de los datos contables derivados de los hechos económicos

## Los 10 indicadores de rentabilidad mas relevantes

1. margen de beneficio, 2-retorno sobre la inversión, 3.Margen de contribución, 4.Rentabilidad por cliente, 5.Retorno de inversión publicitaria, 6.Indicador de margen bruto, 7.Indicador de rentabilidad

neto del activo, 8.Ganancias por acción, 9.Retorno sobre patrimonio neto, 10.Valor contable por acción

El cálculo de los indicadores de rentabilidad permite lograr dos objetivos importantes: comparar la rentabilidad de diferentes proyectos en un mismo sector, y determinar si el capital invertido está generando una rentabilidad suficiente para justificar su inversión. Estos son algunos de los más importantes.

## **1. Margen de beneficio**

El margen de beneficio es la cantidad de dinero que se obtiene después de deducir los costos de producción o ventas. Es uno de los indicadores más comunes y útiles para medir la rentabilidad de un negocio y la eficiencia en cuanto a la generación de ganancias. Este indicador es importante porque permite conocer las ganancias que obtiene por cada unidad de venta.

El beneficio neto se refiere a la cantidad de dinero que queda después de restar los costos y gastos de las ventas totales. Se calcula dividiendo el beneficio neto entre las ventas totales y multiplicando el resultado por 100 para obtener un porcentaje.

Por ejemplo, si un negocio tuvo ventas totales de 100.000 USD y un beneficio neto de 20.000 USD, el margen de beneficio sería del 20 %. Esto significa que, por cada dólar, obtiene 20 centavos de ganancia.

Es importante destacar que el margen de beneficio varía de una industria a otra. Es necesario comparar el margen de beneficio de una organización con el promedio de la industria para obtener una visión más clara de su rendimiento.

### **Fórmula del margen de beneficio y cómo interpretarlo**

$$\text{Margen de beneficio} = (\text{Ingresos} - \text{Costos}) / \text{Ingresos}$$

Por ejemplo, si una sucursal tiene ingresos de \$100.000 y costos de \$70.000, el margen de beneficio sería:

$$\text{Margen de beneficio} = (\$100.000 - \$70.000) / \$100.000 = 0,3 \text{ o } 30 \%$$

## **2. Retorno sobre la inversión (ROI)**

El retorno de inversión (ROI, por sus siglas en inglés) es el indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión. Se trata de una métrica que se utiliza para determinar la eficacia de una inversión y se expresa en forma de porcentaje. El ROI compara el beneficio obtenido con el costo de la inversión realizada. En general, cuanto mayor sea este, mayor será la rentabilidad de la inversión.

Fórmula del retorno sobre la inversión y cómo interpretarlo

El cálculo del ROI se realiza dividiendo el beneficio neto de una inversión entre el costo de la inversión, y luego se expresa como un porcentaje. La fórmula matemática para calcular el ROI es la siguiente:

$$\text{ROI} = (\text{beneficio neto} / \text{costo de inversión}) \times 100 \%$$

El beneficio neto es el ingreso total obtenido por la inversión, menos los gastos directos asociados a ella. El costo de inversión incluye todos los gastos que se realizan para llevar a cabo la inversión, como la compra de equipo, software y la contratación de personal.

Es importante tener en cuenta que el ROI debe utilizarse en conjunto con otros indicadores financieros, ya que no proporciona información completa sobre el rendimiento de una inversión. Por ejemplo, el ROI no considera el tiempo que tarda en generar un retorno, por lo que una inversión con este indicador más bajo podría ser más rentable a largo plazo.

A manera de ejemplo, una empresa de fabricación de muebles está pensando en adquirir una nueva máquina de carpintería que tiene un costo de \$50.000. Espera que la máquina produzca \$20.000 en ingresos adicionales en el primer año y que aumente en un 5 % cada año en los próximos cinco años. Además, espera ahorrar \$5000 en costos laborales debido a la automatización proporcionada por la nueva máquina.

Otra forma de calcular el ROI sería dividir la ganancia neta total (ingresos adicionales más ahorro de costos) entre el costo de la inversión, y luego expresar el resultado como un porcentaje. Recuerda que la fórmula es la siguiente:

$$\text{ROI} = (\text{ganancia neta total} / \text{costo de inversión}) \times 100 \%$$

Supongamos que, después del primer año, generó \$20.000 en ingresos adicionales y ahorró \$5000 en costos laborales, lo que significa que la ganancia neta total es de \$25.000. Al dividir \$25.000 entre el costo de la inversión de \$50.000, se obtiene 0,5. Al multiplicar 0,5 por 100 % se obtiene un ROI del 50 %.

Esto significa que la compañía puede esperar recuperar su inversión inicial en dos años y generar ganancias adicionales en los próximos años.

### **3. Margen de contribución**

Es un indicador que mide cuánto contribuye un producto o servicio a los ingresos totales después de cubrir los costos variables. El margen de contribución se enfoca en cuánto dinero sobra después de cubrir los costos variables directos asociados con la producción o venta de un producto o servicio. Fórmula del margen de contribución y cómo interpretarlo

$$\text{Margen de contribución} = \text{ingresos totales} - \text{costos variables totales}$$

Donde los ingresos totales son todos los ingresos generados por la venta de un producto o servicio, y los costos variables totales son todos los costos directamente relacionados con la producción o venta de ese mismo producto o servicio. Al restar los costos variables de los ingresos totales se obtiene el margen de contribución.

Una vez que se ha calculado el margen de contribución, se puede utilizar para determinar cuánto dinero se destina a cubrir los costos fijos de la empresa y cuánto a generar ganancias. Los costos fijos son aquellos que no cambian independientemente del volumen de ventas o producción, como el alquiler de una fábrica o los salarios de los empleados administrativos.

Un alto margen de contribución indica que un producto o servicio está generando una cantidad significativa de ingresos en relación con sus costos variables y, por lo tanto, puede ser más rentable para la organización. Por otro lado, un margen de contribución bajo indica que los costos variables son altos en comparación con los ingresos generados, lo que puede indicar la necesidad de ajustar los precios o reducir los costos variables asociados a la producción o venta del producto o servicio.

Es importante destacar que el margen de contribución no tiene en cuenta los costos fijos. Para conocer la rentabilidad neta de un producto o servicio, se debe tener en cuenta tanto el margen de contribución como los costos fijos relacionados con la producción y venta del mismo.



Entonces, la fórmula para calcular el margen de contribución es:

$$\text{Margen de contribución} = (\text{Precio de venta} - \text{Costos variables}) / \text{Precio de venta}$$

Por ejemplo, si el precio de venta de un producto es de \$50 y los costos variables son de \$20, el margen de contribución sería:

$$\text{Margen de contribución} = (\$50 - \$20) / \$50 = 0,6 \text{ o } 60 \%$$

#### **4. Rentabilidad por cliente**

Es un indicador financiero que mide el beneficio que un cliente genera para una empresa. Es importante porque ayuda a comprender cuáles clientes son más rentables y a enfocar sus esfuerzos en atraer y retener a aquellos clientes que generan más beneficios.

Una compañía podría gastar diferentes cantidades por cliente dependiendo del segmento de mercado al que pertenezca. Por ejemplo, si vende productos de lujo, es probable que gaste más por cliente en marketing, publicidad y atención al cliente para proporcionar una experiencia exclusiva y diferenciada. Por otro lado, si comercializa productos de uso diario y su mercado objetivo es masivo, es probable que los gastos por cliente sean menores.

También es importante tener en cuenta el valor del ciclo de vida del cliente, es decir, la cantidad de ingresos que se espera obtener de un cliente durante todo el tiempo que haga negocios con la organización. Si el valor del ciclo de vida del cliente es alto, entonces puede justificar gastos más elevados por cliente para adquirir y mantener su negocio a largo plazo.

Por otro lado, algunos clientes pueden ser más costosos que otros debido a sus necesidades o demandas específicas. Por ejemplo, un cliente que requiere personalización o servicios adicionales puede necesitar más recursos y, por lo tanto, ser más costoso. Además, algunos clientes pueden ser menos rentables debido a su bajo volumen de compra o a sus negociaciones de precios más agresivas. Por lo tanto, es importante que evalúe el costo-beneficio de adquirir y retener diferentes clientes para garantizar una rentabilidad sostenible.

Dar seguimiento a un cliente de forma individual puede ayudar a establecer una relación más estrecha y duradera con él, lo que puede conducir a una mayor satisfacción y lealtad del cliente. Aquí hay algunos pasos que puedes seguir para dar seguimiento a un cliente de manera efectiva:

- Conoce a tu cliente: antes de empezar a hacer el seguimiento a un cliente es importante conocerlo. Averigua su historial de compras, sus intereses y preferencias, y cualquier otra información relevante que puedas obtener.
- Establece una comunicación efectiva: una vez que conozcas a tu cliente, establece una comunicación efectiva con él. Asegúrate de que el cliente se sienta valorado y escuchado, y responde de manera oportuna cualquier pregunta o inquietud que pueda tener.
- Personaliza la comunicación: utiliza su nombre, haz referencia a compras anteriores y ofrece productos o servicios que se ajusten a sus intereses y necesidades.
- Haz un seguimiento regular: mantén una comunicación regular con el cliente, ya sea por medio de llamadas telefónicas, correos electrónicos, boletines informativos o redes sociales. Asegúrate de que el cliente se sienta valorado y de que estás dispuesto a ayudarlo en todo momento.
- Ofrece incentivos: brinda incentivos para fomentar la lealtad del cliente. Esto puede incluir descuentos, promociones especiales, puntos de recompensa o cualquier otro tipo de aliciente que pueda resultar atractivo para el cliente.
- Realiza un seguimiento después de la venta: después de que el cliente haya realizado una compra, realiza un seguimiento para asegurarte de que esté satisfecho con el producto o

servicio. Esto puede ayudarte a identificar cualquier problema o preocupación que pueda tener, y a tomar medidas para resolverlos.

Para calcular la rentabilidad por cliente se necesitan dos elementos clave:

- Los ingresos que el cliente genera para la empresa: estos pueden provenir de cualquier fuente, ya sea ventas directas, comisiones o cualquier otro ingreso relacionado con ese cliente en particular.
- Los costos asociados con atender a ese cliente: estos pueden incluir los costos de producción, el costo de adquisición del cliente y cualquier otro costo vinculado.

Fórmula de la rentabilidad por cliente y cómo interpretarla

Rentabilidad por cliente = ingresos generados por el cliente - costos asociados con atender al cliente

Supongamos que un servicio de consultoría desea calcular la rentabilidad por cada uno de sus clientes. En primer lugar, deberá identificar todos los costos asociados a la prestación de servicios a cada cliente específico. Estos costos pueden incluir:

- Costos directos: son aquellos que están directamente relacionados con la prestación del servicio, como los salarios de los consultores, los gastos de viaje y alojamiento, los materiales de oficina utilizados en el proyecto, etc.
- Costos indirectos: son aquellos que no están directamente relacionados con la prestación del servicio, pero que son necesarios para que pueda operar, como el alquiler del local, la electricidad, el seguro, etc.

Una vez identificados todos los costos asociados a un cliente en particular, el negocio debe sumarlos para obtener el costo total de prestar servicios a ese cliente. Por ejemplo, si los costos directos de prestar servicios a un cliente son de \$20.000 y los costos indirectos son de \$5000, el costo total sería de \$25.000.

A continuación, la empresa debe determinar los ingresos generados por ese cliente en particular. Por ejemplo, si el cliente pagó \$35.000 por los servicios prestados, entonces los ingresos serían de \$35.000.

Por lo tanto, la rentabilidad por ese cliente en particular se calcula como:

Rentabilidad por cliente = (Ingresos - Costos) / Costos

En el ejemplo dado, la rentabilidad por cliente sería:

Rentabilidad por cliente =  $(\$35.000 - \$25.000) / \$25.000 = 0,4$  o 40 %

Esto significa que obtuvo una rentabilidad del 40 % por prestar servicios a este cliente en particular. Con esta información, puede determinar cuáles clientes son más rentables y enfocar sus esfuerzos en trabajar con aquellos que generan mayores ganancias. También puede analizar los costos asociados a cada cliente para encontrar maneras de reducir los costos y mejorar la rentabilidad en general.

Ejemplos de costos asociados con el cliente pueden incluir:

- Costos de adquisición: para atraer y adquirir nuevos clientes, como la publicidad, el marketing y los gastos de ventas.

- Costos de retención: necesarios para mantener a los clientes existentes, como el servicio al cliente, la gestión de cuentas y el soporte técnico.
- Costos de producción: asociados con la producción o entrega de bienes o servicios para los clientes, como los costos de materiales, la mano de obra y los gastos generales.
- Costos de servicio: vinculados al servicio al cliente, como la resolución de problemas y la atención al cliente.
- Costos de administración: relacionados con la administración de cuentas de clientes, como el personal de contabilidad y los gastos generales.
- Costos de oportunidad: asociados con las oportunidades perdidas debido a la atención prestada a un cliente específico, en lugar de a otros clientes o actividades comerciales.

Es importante tener en cuenta que los costos asociados con cada cliente pueden variar según el tipo de negocio y la industria. Por lo tanto, es crucial identificar y medir los costos relacionados con cada cliente para determinar este tipo de rentabilidad, y tomar decisiones informadas sobre cómo mejorar la rentabilidad en el futuro.

## 5. Retorno de inversión publicitaria (ROAS)

Este indicador mide el retorno de inversión de una campaña publicitaria. Es una medida útil para evaluar la efectividad de una campaña publicitaria y ajustarla en consecuencia.

El ROAS (Return on Advertising Spend) es una métrica utilizada en el ámbito del marketing digital para medir la eficacia de una campaña publicitaria en línea. Se usa para evaluar cuántos ingresos se generan por cada dólar invertido en publicidad. Es similar al ROI, pero se enfoca específicamente en los resultados de las campañas publicitarias.

Fórmula del retorno de inversión publicitaria y cómo interpretarlo

$$\text{ROAS} = \text{ingresos generados por publicidad} / \text{costos de publicidad}$$

Supongamos que una compañía invierte \$10.000 en publicidad en línea durante un mes y, durante ese mismo mes, genera \$50.000 en ingresos directamente atribuibles a la publicidad en línea. En este caso, el ROAS sería:

$$\text{ROAS} = \$50.000 / \$10.000 = 5$$

Esto significa que por cada dólar invertido en publicidad, la empresa obtuvo cinco dólares en ingresos. Un ROAS de 5 sería considerado un buen resultado en términos generales, aunque esto puede variar según la industria y el tipo de negocio.

El ROAS también puede calcularse para cada canal publicitario individual, como Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, entre otros. Esto permite a los especialistas en marketing digital identificar qué canales están generando más ingresos por dólar invertido y ajustar su estrategia de publicidad en consecuencia.

Por ejemplo, una campaña podría tener un ROAS diferente para cada plataforma.

- ROAS (Facebook Ads) = 2,2
- ROAS (Instagram Ads) = 3,8
- ROAS (Google Ads) = 4,5

En este caso, lo más recomendable sería revisar por qué los anuncios en Facebook tienen un rendimiento menor.

Aunque la fórmula es simple, es posible que encuentres dificultades al recopilar los datos necesarios para realizar este cálculo. Por ejemplo, calcular el costo de un anuncio no siempre resulta sencillo. Tendrás que considerar el costo de la oferta del anuncio, el costo de la mano de obra para crear los activos creativos, los gastos del proveedor y las comisiones de afiliados.

Para mejorar tu ROAS, podrías considerar reducir el gasto en anuncios y revisar tus campañas publicitarias. Tal vez desees optimizar tus páginas de destino o replantear tus palabras clave negativas. Sin embargo, es importante recordar que no debe evaluarse aisladamente. Es fundamental analizar otros datos y métricas para obtener una imagen completa del retorno de inversión.

## 6. Indicador de margen bruto

Este análisis permite saber si una organización está generando beneficios a pesar de los gastos. Esta métrica se suele expresar en porcentaje.

Fórmula del margen bruto y cómo interpretarlo

El margen bruto se calcula dividiendo el beneficio bruto entre las ventas. El beneficio bruto se obtiene de la diferencia entre las ventas y el costo de ventas. Por lo tanto, la fórmula es la que sigue:

$$\text{Margen Bruto} = (\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}) / \text{Ventas}$$

Es posible que el resultado de este indicador sea negativo si el costo de ventas es mayor que las ventas totales. Por ejemplo:

$$\text{Margen Bruto} = (160.000 - 270.000) / 160.000 \text{ daría un resultado de } -0,6. \text{ o } -60 \%$$

En este caso, la fórmula del margen bruto indica que hay una pérdida del 60 %.

En general, el margen bruto indica qué parte de los ingresos es una ganancia. Por ejemplo, si el margen bruto fuera de 24 %, esto significaría que una compañía habría obtenido 0,24 centavos de beneficio por cada dólar invertido. De esta forma los inversores pueden saber qué tan eficiente es la empresa con cada dólar que invierten en ella.

## 7. Indicador de rentabilidad neta del activo

Este analiza los ingresos netos y los activos totales. Los activos de una empresa son aquellos bienes inmuebles y derechos que le pertenecen y determinan su actividad comercial, por ejemplo: la maquinaria, el software, la materia prima, las herramientas, las inversiones, las patentes y más.

Otra forma de interpretar esta métrica es la medida en que una compañía convierte su inversión en activos en ganancias. Esta métrica se calcula dividiendo el beneficio neto entre el total de activos de la empresa.

Fórmula de la rentabilidad neta y cómo interpretarla

$$\text{Rentabilidad Neta} = \text{Beneficio Neto} / \text{Activo Total}$$

Por ejemplo, supongamos que un startup de videojuegos obtiene un beneficio neto de 10.800 dólares en su primer año, y que sus activos totales alcanzan los 250.000 dólares.

$$\text{Rentabilidad Neta} = 10.800 / 250.000$$

Esto daría como resultado:

$$\text{Rentabilidad Neta} = 0,043$$

Si lo expresamos en porcentaje tendríamos que la rentabilidad neta, en este caso, sería de 4,3 %. En este caso, por cada dólar invertido en los activos, el comercio estaría recibiendo 43 centavos de retorno. Si esta métrica ha ido aumentando con el paso del tiempo, significa que ha hecho que su inversión genere ingresos.

## 8. Ganancias por acción (EPS)

Las ganancias por acción o Earnings Per Share en inglés (EPS) es una de las métricas de rentabilidad más importantes que se utilizan en el análisis financiero. Este indicador es una medida clave de cuánto dinero se gana por acción emitida. En términos generales, cuanto más alto es el EPS, más rentable es una empresa.

Fórmula de ganancias por acción y cómo interpretarla

La fórmula básica para calcular el EPS es sencilla: se divide el beneficio neto entre el número total de acciones ordinarias en circulación. Esta cifra puede encontrarse en el estado de resultados y en el balance.

$$\text{Ganancia por acción} = (\text{Beneficio neto} - \text{Dividendos preferentes}) / \text{Número de acciones ordinarias en circulación}$$

Es importante destacar que el EPS se calcula en función de las acciones ordinarias en circulación, no del número total de acciones autorizadas. Es decir, si una empresa tiene 10 millones de acciones autorizadas, pero solo 5 millones de acciones en circulación, el EPS se calculará utilizando el número de acciones en circulación.

En cuanto a los dividendos preferentes, se trata de dividendos que han sido pagados a los propietarios de una clase de acciones llamada «acciones preferentes». Estas ganancias se suelen encontrar en el estado de capital contable.

Ten en cuenta que el EPS no es la única medida de rentabilidad que debe considerarse. Es posible que una organización tenga un alto EPS, pero si sus acciones están sobrevaloradas, entonces el indicador podría ser engañoso. Por esta razón, es importante analizar el EPS junto con otras métricas financieras y la situación del mercado.

Un cálculo de ganancia por acción se vería de la siguiente forma:

$$\text{Ganancia por acción} = (\text{Beneficio neto} - \text{Dividendos preferentes}) / \text{Número de acciones ordinarias en circulación}$$

$$\text{Ganancia por acción} = (125.000 - 14.000) / 220.000$$

$$\text{Ganancia por acción} = 0,504$$

Esto significa que se estaría ganando 0,5 dólares por acción ordinaria en circulación.

## 9. Retorno sobre Patrimonio Neto o ROE

El ROE es el acrónimo de Return on Equity, que en español se traduce como «Rentabilidad sobre el Patrimonio Neto». Es un indicador financiero utilizado para determinar si la inversión realizada por

los accionistas es capaz de generar retornos rentables o no. Se usa como una medida para evaluar el desempeño de una compañía en términos de rentabilidad para los accionistas.

Es importante destacar que este indicador debe ser mayor que el retorno sobre la inversión; de lo contrario, indicaría que los fondos no se están utilizando adecuadamente. El retorno sobre el patrimonio neto mide la capacidad para generar ganancias a partir del dinero invertido por los accionistas.

Fórmula de retorno sobre el patrimonio neto y cómo interpretarla

La fórmula para calcular el retorno sobre el patrimonio neto es la siguiente:

$$\text{Retorno sobre Fondos de Accionistas} = \text{Ganancia después de impuestos} / \text{Fondos de accionistas} \times 100$$

O bien:

$$\text{Retorno sobre Patrimonio Neto} = \text{Ganancia después de impuestos} / \text{Fondos de accionistas} \times 100$$

En esta fórmula, la ganancia después de impuestos se refiere al beneficio neto que una empresa ha generado después de pagar sus obligaciones fiscales. Los fondos de accionistas corresponden al capital social más todas las ganancias retenidas y las reservas acumuladas.

Un alto retorno sobre el patrimonio neto indica que es capaz de generar beneficios significativos con los fondos que han invertido los accionistas. Esto es una buena señal para los inversores, ya que significa que el comercio está utilizando eficientemente los recursos disponibles para generar ganancias y, por lo tanto, puede ser una inversión rentable.

Por otro lado, un retorno bajo o negativo sobre el patrimonio neto puede ser una señal de advertencia para los inversores, ya que indica que la organización no está generando beneficios significativos para los accionistas.

## 10. Valor contable por acción (Book Value per Share)

Es un indicador financiero utilizado para evaluar el valor de una acción en función de los activos netos. El valor contable por acción se obtiene dividiendo el patrimonio neto entre el número total de acciones en circulación.

El patrimonio neto se refiere al valor total de los activos menos sus pasivos. Los pasivos incluyen cualquier deuda que tenga el negocio, como préstamos bancarios, cuentas por pagar y otras obligaciones financieras. Por otro lado, los activos incluyen los bienes y propiedades de la empresa, el efectivo disponible y cualquier otro valor que pueda convertirse en efectivo en un futuro cercano.

Una vez que se ha calculado el patrimonio neto, se resta cualquier capital preferente que se haya emitido antes de calcular el valor contable por acción. El capital preferente es un tipo de inversión que generalmente tiene prioridad sobre las acciones ordinarias en términos de pagos de dividendos y pagos en caso de liquidación.

Fórmula del valor contable por acción y cómo interpretarla

La fórmula para calcular el valor contable por acción es la siguiente:

$$\text{Valor contable por acción} = (\text{Patrimonio neto} - \text{Capital preferente}) / \text{Número total de acciones en circulación}$$

El valor contable por acción se utiliza a menudo en conjunto con otros indicadores financieros para determinar el valor de una empresa en el mercado de valores.

Si el valor contable por acción es mayor que el precio de mercado actual de las acciones, entonces se dice que la acción está infravalorada y puede ser una buena oportunidad de compra. Por otro lado, si el valor contable por acción es menor que el precio de mercado actual de las acciones, entonces se dice que la acción está sobrevalorada y puede ser una señal de venta.

Después de haber explorado varios ejemplos de análisis de indicadores de rentabilidad, es importante considerar cómo aplicar el análisis de ratios financieros en tu propio emprendimiento. Si quieres mejorar tu empresa, debes realizar un seguimiento de su desempeño a lo largo del tiempo. Comprender el desempeño financiero de tu negocio te permitirá impulsar fut

**¿QUÉ ES EL ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO?** EL ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO ES UNO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS BÁSICOS QUE INFORMA SOBRE LAS VARIACIONES Y LOS MOVIMIENTOS DE EFECTIVO Y SUS EQUIVALENTES EN UN PERIODO DADO. MUESTRA EL EFECTIVO QUE HA SIDO GENERADO Y APROVECHADO EN LAS ACTIVIDADES OPERATIVAS, DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA.

- En este caso el flujo de caja operativo muestra el efectivo que se ha recibido o gastado como parte de las actividades cotidianas del negocio, por otro lado el flujo de caja de inversión te indica los movimiento relacionados a las inversiones realizadas y el flujo de caja de financiamiento considera el efectivo que es resultado de recibir o pagar préstamos bancarios, pago de dividendos, emisiones o compra de acciones, etc.

**OBJETIVOS DEL ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO** Entre los objetivos del estado de flujo de efectivo más esenciales, se encuentran los siguientes:

- Proporcionar información oportuna a la gerencia para la toma de decisiones que ayuden a las operaciones de la empresa.
- Brindar información acerca de los rubros y/o actividades en que se ha gastado el efectivo disponible.
- Reportar flujos de efectivo pasados para generar pronósticos.
- Determinar la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones con terceros y con los accionistas.
- Ayudar a tomar decisiones acerca de inversiones a corto plazo cuando exista un excedente de efectivo disponible.

La finalidad del estado de flujo de efectivo es presentar en forma comprensible y clara la información sobre el manejo de efectivo que tiene la empresa; es decir, su obtención y utilización por parte de la administración en un periodo determinado y de esta manera tener un informe de la situación financiera para conocer y evaluar la liquidez o solvencia de la empresa. Este estado financiero en conjunto con el balance general y el estado de resultados nos ofrecen una panorámica muy completa de lo que está ocurriendo en el negocio.

**MÉTODOS DE ELABORACIÓN DE FLUJO DE EFECTIVO** Existen dos formas o métodos para la presentación de las actividades de operación en el estado de flujo de efectivo: Método indirecto  
Método directo

**MÉTODO DIRECTO** En el Método Directo, en un flujo de efectivo, se presentan los rubros o actividades que afectan entradas y salidas de efectivo, e información de todo lo relacionado a:

- Cobranza en efectivo a los clientes.
- Cobros derivados de la operación.
- Pagos en efectivo a personal y proveedores.
- Efectivo que ha sido recibido por concepto de intereses, dividendos y rendimientos sobre inversiones.
- Pagos de intereses bancarios realizados en efectivo.
- Pagos de impuestos realizados en efectivo.

**MÉTODO INDIRECTO** El Método Indirecto se calcula de forma diferente, pues en éste, el flujo de efectivo se parte desde la utilidad y posteriormente desde los rubros o actividades de la operación de la empresa. Recuerda que la utilidad es el punto inicial del Método Indirecto. En el Método Indirecto se deben considerar: • Cambios en las cuentas de operación (cuentas por cobrar, inventarios, cuentas por pagar, pasivos, etc.). • Cambio en rubros de la operación (aumento o disminuciones en cuentas por cobrar, inventarios, pasivos estimados y provisiones). • Diferencias por fluctuaciones en tipos de cambio. • Depreciación y amortización. • Utilidad o pérdida en ventas de propiedades, equipo tecnológico u otros activos de la operación. • Provisiones para proteger los activos de la empresa. • Utilidades o pérdidas en venta de propiedad, planta y equipo e inversiones.

**¿CÓMO HACER UN FLUJO DE EFECTIVO?** El primer paso a la hora de hacer tu flujo de efectivo es estructurarlo y categorizarlo de acuerdo a tres pilares: •Actividades de Operación. •Actividades de Inversión. •Actividades de Financiamiento.

**ACTIVIDADES DE OPERACIÓN** A grandes rasgos, las Actividades de Operación son los gastos que resultan de las actividades de producción o comercialización de los productos, o la prestación de los servicios de la empresa. Por ejemplo: • Pago de nóminas. • Pago de renta de oficinas o espacios de trabajo. • Costo de ventas. • Pago de impuestos. • Pago de servicios públicos.

**ACTIVIDADES DE INVERSIÓN** Dentro de las Actividades de Inversión que se incluirán en el flujo de efectivo, se deben considerar todas las actividades que aportan un beneficio futuro para la empresa, y que ayudan al incremento o mantenimiento de la capacidad productiva de la misma. Por ejemplo: • Equipo de oficina. • Equipo de transporte. • Equipo tecnológico (por ejemplo, de cómputo). • Propiedades (por ejemplo, terrenos, edificios). • Títulos valores.

**ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO** Las Actividades de Financiamiento, o Actividades de Financiación dentro de un flujo de efectivo, son todos los recursos adquiridos para la empresa. Estos recursos pueden ser de terceros a la empresa, y se les conocen como recursos pasivos; o pueden ser de los socios, y estos recursos se conocen como patrimonio. Por ejemplo: • Aportes de los socios. • Venta de acciones. • Incorporación de nuevos socios capitalistas. • Acreedores diversos. • Deudores diversos. • Capital Social.

**ACTIVIDADES DE OPERACIÓN** • Ingresos por Ventas: \$500,000 • Costo de los Productos Vendidos (CPV): \$250,000 • Gastos Operativos: \$100,000 • Intereses Pagados: \$5,000 • Intereses Recibidos: \$2,000 • Impuestos Pagados: \$10,000

Fórmula de Flujo de Efectivo Neto de Operaciones:

Flujo de Efectivo Neto de Operaciones = Ingresos por Ventas - CPV - Gastos Operativos + Intereses Recibidos - Intereses Pagados - Impuestos Pagados

Flujo de Efectivo Neto de Operaciones = (\$500,000 - \$250,000 - \$100,000 + \$2,000 - \$5,000 - \$10,000) = \$137,000

**ACTIVIDADES DE INVERSIÓN** • Compra de Equipo: \$50,000 • Venta de Terrenos: \$20,000 • Compra de Acciones de Otra Empresa: \$10,000

Fórmula de Flujo de Efectivo Neto de Inversión:

Flujo de Efectivo Neto de Inversión = Compra de Activos - Venta de Activos - Compra de Inversiones  
• Flujo de Efectivo Neto de Inversión = (\$50,000 - \$20,000 - \$10,000) = \$20,000

**ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO** • Emisión de Nuevas Acciones: \$30,000 • Pago de Préstamo: \$20,000 • Pago de Dividendos: \$15,000

Fórmula de Flujo de Efectivo Neto de Financiamiento:



Flujo de Efectivo Neto de Financiamiento = Emisión de Acciones + Préstamos Tomados - Pago de Préstamos - Pago de Dividendos

Flujo de Efectivo Neto de Financiamiento = (\$30,000 + \$0 - \$20,000 - \$15,000) = -\$5,000

• Ingresos por Ventas: \$500,000 • Costo de los Productos Vendidos (CPV): \$250,000 • Gastos Operativos: \$100,000 • Intereses Pagados: \$5,000 • Intereses Recibidos: \$2,000 • Impuestos Pagados: \$10,000 • Compra de Equipo: \$50,000 • Venta de Terrenos: \$20,000 • Compra de Acciones de Otra Empresa: \$10,000 • Emisión de Nuevas Acciones: \$30,000 • Pago de Préstamo: \$20,000 • Pago de Dividendos: \$15,000

## **EJEMPLO COMPLETO DEL FLUJO DE EFECTIVO**

Variación Neta en Efectivo:

Variación Neta en Efectivo = Flujo de Efectivo Neto de Operaciones + Flujo de Efectivo Neto de Inversión + Flujo de Efectivo Neto de Financiamiento  
Variación Neta en Efectivo = \$137,000 + \$20,000 - \$5,000 = \$152,000

• El resultado de la variación neta en efectivo al final del período es de \$152,000. Esto significa que la empresa ha aumentado su efectivo en \$152,000 durante el período analizado

## **Endeudamiento financiero: ejemplo práctico 1**

Índice de Endeudamiento = Pasivo total / (Activo total – Pasivo total)

## **RAZONES DE RENDIMIENTO**

**La fórmula para calcular el margen de beneficio bruto es:**

Beneficio o utilidad bruta/Ventas totales

**La fórmula para calcular el margen de beneficio operativo es:**

Utilidad operativa / Ventas totales

**La fórmula para calcular el margen de beneficio neto es:**

Ingreso Neto o resultado final / Ventas totales

## **RAZONES DE RENTABILIDAD**

**La formula para calcular Margen de la utilidad Bruta es**

Margen de utilidad bruta = (Utilidad bruta / Ventas netas) x 100

**La formula para calcular el Margen de Utilidad Operativa es:**

Margen de utilidad operativa = (Utilidad operativa / Ventas netas) x 100

**La formula para calcular el Margen de la utilidad Neta es:**

Margen de utilidad neta = (utilidad - impuestos trasladados) / ventas totales x 100

## **Rotación de activos**

Razón de rotación de activos = (utilidad - impuestos) / activos totales

## **Rendimiento de inversión**

Rendimiento de la inversión = (utilidad neta - impuestos) / valor de activos totales

**Razón de rendimiento sobre el capital** Nombrada también como ROE,

Rendimiento sobre el capital = utilidad neta después de impuestos / capital de los accionistas

### **Razon de Utilidad por accion**

Utilidad por acción = ganancia disponible para los accionistas / total de acciones en circulación.

### **Margen de Beneficios**

Margen de beneficio = (Ingresos - Costos) / Ingresos

### **Retorno sobre la inversion**

ROI = (beneficio neto / costo de inversión) x 100 %

### **Margen de contribucion**

Margen de contribución = ingresos totales - costos variables totales

### **Rentabilidad por cliente**

Rentabilidad por cliente = (Ingresos - Costos) / Costos

### **Fórmula del retorno de inversión publicitaria y cómo interpretarlo**

ROAS = ingresos generados por publicidad / costos de publicidad

### **Razón de Margen Bruto**

Margen Bruto = (Ventas - Costo de Ventas) / Ventas

### **Fórmula de la rentabilidad neta**

Rentabilidad Neta = Beneficio Neto / Activo Total

### **Formulas de Ganancias por accion**

Ganancia por acción = (Beneficio neto - Dividendos preferentes) / Número de acciones ordinarias en circulación

Rerorno sobre Patrimonio neto

Retorno sobre Patrimonio Neto = Ganancia después de impuestos / Fondos de accionistas x 100

**La fórmula para calcular el retorno sobre el patrimonio neto es la siguiente:** Retorno sobre Fondos de Accionistas = Ganancia después de impuestos / Fondos de accionistas x 100

Flujo de Efectivo Neto de Financiamiento = Emisión de Acciones + Préstamos Tomados - Pago de Préstamos - Pago de Dividendos

Flujo de Efectivo Neto de Inversión = Compra de Activos - Venta de Activos - Compra de Inversiones

Flujo de Efectivo Neto de Operaciones = Ingresos por Ventas - CPV - Gastos Operativos + Intereses Recibidos - Intereses Pagados - Impuestos Pagados