

Programa de asesoría de negocio

Módulo II
Contabilidad
y Finanzas



Programa de Asesorías de Negocio

Primer Ciclo de Capacitación para Clientes PYME

Comprometidos con la sustentabilidad

Con la visión de ser el banco líder en performance sustentable y en satisfacción de clientes, declaramos nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y asumimos el desafío de estimular el desarrollo social, ambiental y económico, de forma equilibrada, responsable y sin comprometer a las futuras generaciones.

Educación Financiera

Trabajamos para generar acciones que tienen por objetivo que nuestros clientes tengan salud financiera, a través de la entrega de información y de la búsqueda de servicios que se adecuen a sus necesidades.

Objetivos del Programa

Ofrecer conocimiento financiero a un segmento clave como son las pequeñas y medianas empresas, contribuyendo para que individuos y empresas tengan una relación saludable con el dinero.

Complementar nuestra oferta financiera con un programa que agregue valor a nuestros clientes, promoviendo que nuestras sucursales sean espacios cercanos y de acompañamiento al negocio.

Módulo II: Contabilidad y Finanzas

Objetivo

Conocer los principales conceptos y herramientas que un empresario puede aplicar para determinar de manera precisa los estados de resultados de su empresa y a través de estos, realizar mediciones que le permitan controlar las finanzas de su negocio.

Introducción

Una empresa que crece debe hacerlo sobre bases sólidas de control que permitan al propietario, socio o empresario conocer con precisión la situación financiera de la empresa. Para esto, se requiere de herramientas de gestión que proporcionen información relevante de manera oportuna y permanente:

- Para conocer la situación real del negocio
- Para organizar de mejor manera los recursos
- Para tomar decisiones fundadas
- Para aumentar la rentabilidad del negocio

Conceptos

Es muy importante que el o los socios del negocio conozcan conceptos básicos de control financiero y los implementen, ya que así podrán tomar decisiones más acertadas, informadas y a tiempo. Es decir, tomar definiciones con antelación a los sucesos económicos del negocio y no de manera reactiva ante cambios desfavorables.

Los conceptos que debe conocer son los siguientes:

1. Definición de costos y gastos
2. Determinación de resultados
3. Indicadores de rentabilidad
4. Punto de equilibrio
5. Indicadores de desempeño y productividad

1 - Definición de Costos y Gastos

Costos

Es la inversión de dinero que se realiza en el negocio con la finalidad de producir un bien, comercializar un producto o prestar un servicio.

La sumatoria de los costos demuestra un comportamiento sensible a los cambios en el nivel de actividad. Es decir, aumentan o disminuyen de acuerdo al nivel de ventas.

Estos costos se pueden agrupar en tres segmentos:

1. Materia Prima

Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permiten la fabricación del producto final. Entonces, la materia prima corresponde a todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto, todo aquello que se transforma e incorpora a un producto para su comercialización.

2. Mano de Obra

Se entiende por mano de obra el costo que representan el pago de sueldos e imposiciones a los trabajadores directamente ligados a la elaboración de productos o a la prestación de servicios.

3. Costos de Producción

También llamados costos de operación, corresponde a la sumatoria de todos los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o equipo en funcionamiento.

Gastos

Los costos no involucran los gastos de administración. Por lo general, estos valores permanecen sin variación relevante ante cambios en el nivel de actividad. Es decir, no aumentan ni disminuyen con el nivel de ventas.

Dentro de los gastos se consideran aquellos que son relevantes para la marcha del negocio, pero que no están directamente relacionados con la producción misma, por ejemplo:

- Arriendo de propiedad
- Gastos en telefonía
- Gastos en internet
- Consumo de luz y agua
- Pago de seguros
- Gastos generales

Considerar para la evaluación de costos

Se debiese tener como meta mantener los costos y los gastos lo más bajos posibles y eliminar todos aquellos que son innecesarios. Esto no significa que debe eliminarlos indiscriminadamente, más bien se sugiere mantener una permanente revisión.

2 - Determinación de Resultados

El o los socios del negocio necesitan obtener información sobre el desempeño de su empresa, para saber si, producto de la operación al finalizar un período determinado, han logrado resultados positivos (ganancias) o, por el contrario, han sufrido pérdidas.

El Estado de Resultados, también conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente cómo se obtuvo el resultado del ejercicio.

La información detallada en el Estado de Resultados entrega a los socios del negocio información precisa y eficaz, que les permite identificar en qué sectores o partidas se debe trabajar para lograr una mayor eficiencia de los recursos.

La determinación de resultados se realiza al comparar las **ventas** de un determinado período, rebajando o restando los **costos** y los **gastos**.

$$\text{Ventas Netas} - \text{Costos y Gastos} = \text{Utilidad o Pérdida}$$

Estructura de un Estado de Resultados

La estructura de un Estado de Resultados debe ajustarse a las necesidades de cada socio de la empresa, respecto de la toma de decisiones de su negocio. En la medida que avanza en el análisis, los socios requerirán ampliar la información. Por lo tanto, es recomendable partir con una matriz sencilla que permita revisar las partidas más relevantes, como se muestra en el siguiente gráfico.

- **Ventas Netas:** corresponde a la sumatoria de todas las ventas netas del período que se ha decidido analizar. Se excluye el IVA pues éste es tratado de manera separada.

- **Costos:** corresponde a la suma de todos los costos involucrados en el período, los que se pueden subdividir en materia prima, mano de obra y costos de producción.

- **Margen bruto:** es el resultado que indica el margen de beneficio que son capaces de generar las ventas del período. Este monto sirve para conocer el margen del que dispone el empresario para realizar gastos y definir la utilidad.

- **Gastos:** corresponde a la suma de todos los gastos involucrados en el período, todos aquellos gastos que no están sumados en los costos.

- **Resultado operacional:** corresponde a la diferencia de las ventas menos el costo y gastos efectuados para la realización de esas ventas.

- **Impuesto a la Renta:** se sugiere que el empresario haga una reserva de este impuesto que se cancela en el mes de abril del año siguiente, para lo que debiese aplicar una tasa de 25% sobre el resultado operacional.

- **Resultado, utilidad neta o pérdida:** el monto resultante de esta operación sirve para calcular los beneficios de los que el o los dueños del negocio disponen, para su uso o decisiones de inversión.

Estado de los resultados

(+) Ventas Netas

(-) Costos

(=) Margen Bruto

(-) Gastos

(=) Resultado Operacional

(-) Impuesto Renta

(=) Utilidad Neta / Perdida

Considerar para el Estado de Resultados

Es posible medir los resultados del período que se determine o que se necesite evaluar, ya sea un mes, un semestre o un año. Es importante que todos los valores que se registren correspondan a ese período de tiempo.

Ejemplo número 1

El Sr. Morales, dueño de la empresa Morales Ltda., ha decidido hacer una revisión de los resultados de su negocio en los últimos 3 meses [agosto-octubre], para lo cual pide a su asistente contable información que detalle las ventas, costos y gastos sólo de estos meses.

Paso 1: hacer un detalle valorizado de los costos que están involucrados en la elaboración de los productos, y la comercialización de bienes o prestación de servicios, correspondientes sólo a aquellos que efectivamente fueron vendidos.

La empresa del Sr. Morales fabrica muebles y, durante el período que revisa, la producción fue de 1.200 muebles y la venta total fue de 800 muebles. Entonces, sería un error considerar el costo de toda la producción a la venta. En este caso, debe registrar el costo que significa producir 800 muebles

Paso 2: hacer un detalle separado de los gastos efectuados en el período de medición.

El Sr. Morales, con la información que le han proporcionado, realiza el siguiente resumen.

Gastos	agosto	septiembre	octubre	total
Ariendo de la propiedad	\$850.000	\$850.000	\$850.000	\$2.550.000
Gastos en telefonía	\$112.300	\$107.500	\$125.400	\$345.200
Gastos en internet	\$45.600	\$45.600	\$45.600	\$136.800
Consumo de luz, agua	\$234.500	\$254.600	\$244.500	\$733.600
Pago de aeguros	\$95.600	\$96.100	\$97.400	\$289.100
Gastos generales	\$1.234.500	\$965.700	\$1.104.670	\$3.304.870
Total	\$2.572.500	\$2.319.500	\$2.467.570	\$7.359.570

Paso 3: el valor que debe registrar para el cálculo corresponde al valor neto de las facturas de sus proveedores. Es decir, el IVA no se considera para este análisis.

El Sr. Morales considera como costo el valor de \$1.000.000 de la siguiente factura:

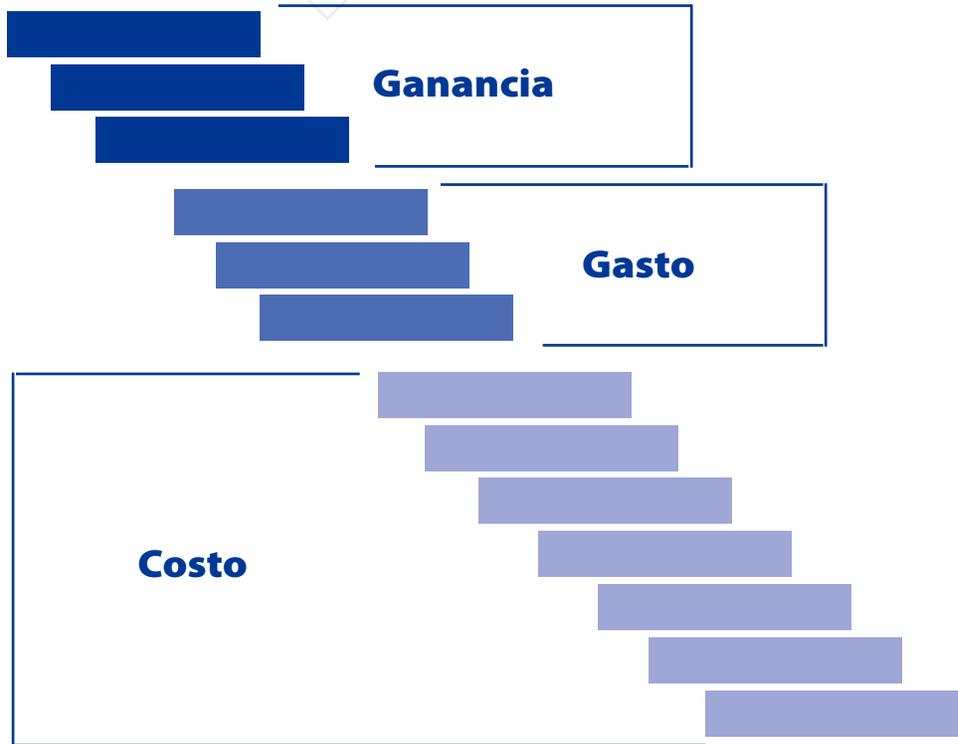
Factura Proveedor Mes de Agosto	Valores
Materiales	1.000.000
Neto	1.000.000
IVA 19%	190.000
Total	1.190.000

Control de Resultados

Es recomendable que el o los socios del negocio mantengan una estructura de control de los resultados que les permita evaluar periódicamente si los resultados reflejan la utilidad esperada o, en caso distinto, cuáles son los parámetros de desviación.

En la siguiente gráfica se observa la proporción aproximada de cómo deben distribuirse las cuentas para garantizar la utilidad esperada.

Ingreso Total de Dinero



3 - Indicadores de Rentabilidad

Cada día los empresarios están más interesados en disponer de información oportuna, para saber si en su negocio se están realizando las operaciones adecuadamente y si están generando los beneficios esperados.

Las empresas tienen sus propios mecanismos de funcionamiento, sus propias necesidades y recursos. Pero no basta con conocerlos solamente, pues se hace relevante que éstos sean sometidos a evaluación periódica, para disponer de un análisis objetivo y por separado de la eficiencia con que se están aprovechando en la obtención de resultados. Por esta razón, se deben establecer y monitorear indicadores de rentabilidad a partir del Estado de Resultados.

Existen diversos métodos de análisis. Los más relevantes del negocio y en los que los socios deben poner mayor acento, son los índices de rentabilidad sobre las ventas y rentabilidad de los costos.

Rentabilidad sobre Ventas:

Indica la ganancia que se genera por cada peso vendido.

Rentabilidad sobre Costos:

Indica el resultado generado por cada peso gastado.

Rentabilidad sobre las Ventas

La fórmula de cálculo para establecer la rentabilidad sobre las ventas se realiza dividiendo el resultado final dividido por las ventas netas

Rentabilidad sobre ventas

Utilidad Neta
Ventas Netas

Ejemplo número 2

Estado de los Resultados	Período
(+) Ventas Netas	10.000.000
(-) Costos	4.000.000
(=) Margen Bruto	6.000.000
(-) Gastos	1.500.000
(=) Resultado Operacional	4.500.000
(-) Impuesto Renta	1.125.000
(=) Utilidad Neta / Perdida	3.375.000

$$\frac{\text{Utilidad Neta } \$3.375.000}{\text{Ventas Netas } \$10.000.000} = 33,75\%$$

A partir de la información que el Estado de Resultados proporciona, se determina la rentabilidad sobre las ventas siguiendo la fórmula para su cálculo.

En este ejemplo, se logra establecer que la **rentabilidad sobre las ventas** es de **33,75%**, lo que significa que cada vez que la empresa vende, la utilidad final sobre esa venta es este porcentaje. Es decir, que por cada \$100 de venta neta se obtienen \$33,75 de rentabilidad.

Rentabilidad sobre los Costos

La fórmula de cálculo para establecer la rentabilidad sobre los costos se realiza tomando el resultado final dividido por la sumatoria de todos los costos [costos, gastos, impuesto].

Rentabilidad sobre los Costos

Utilidad Neta
Costos Totales

Ejemplo número 3

Estado de los Resultados	Período
(+) Ventas Netas	10.000.000
(-) Costos	4.000.000
(=) Margen Bruto	6.000.000
(-) Gastos	1.500.000
(=) Resultado Operacional	4.500.000
(-) Impuesto Renta	1.125.000
(=) Utilidad Neta / Perdida	3.375.000

$$\frac{\text{Utilidad Neta } \$3.375.000}{\text{Costos Totales } \$6.625.000} = 50,94\%$$

A partir de la información que el mismo Estado de Resultados nos proporciona, se llega a una definición más precisa de la rentabilidad sobre los costos, midiendo la relación entre la utilidad neta obtenida y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla.

Al aplicar la fórmula de cálculo, según el ejercicio presentado, al sumar costos más gastos, e incluir impuestos, se obtiene que la **rentabilidad sobre los costos** es de **50,94%**, lo que significa que cada vez que se invierte o gasta se obtendrá un resultado a favor de este porcentaje. Es decir, que si la empresa invierte \$100, podrá generar \$150,94.

Este resultado permitirá que los socios del negocio puedan evaluar oportunamente sus decisiones de inversión.

4 - Punto de equilibrio

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio, pues permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costos variables y los costos fijos (gastos). Esto implica que una empresa, en su punto de equilibrio, contará con un beneficio igual a cero, en donde no perderá dinero, pero tampoco lo ganará. El punto de equilibrio es una herramienta estratégica clave a la hora de determinar la solvencia de un negocio.

Hay distintas formas de realizar el cálculo del punto de equilibrio. Sin embargo, es recomendable calcularlo en términos de ingresos totales cuando la actividad no es fácilmente reconocible en unidades físicas, o cuando hay varios productos.

Lo más recomendable en esta fase es el cálculo del **punto de equilibrio sobre la base del porcentaje de margen**, siguiendo la siguiente fórmula:

PASO 1 - Determinar el porcentaje del margen bruto

$$\text{Factor Margen Bruto} = \frac{\text{Margen Bruto}}{\text{Ventas}}$$

PASO 2 - Calcular el punto de equilibrio es en base del porcentaje del margen bruto

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos (Gastos)}}{\text{Factor Margen Bruto}}$$

Ejemplo número 4

Siguiendo con el mismo Estado de Resultados del ejemplo anterior, es posible aplicar la fórmula descrita y establecer el Punto de Equilibrio de esta empresa:

Estado de los Resultados	Período
(+) Ventas Netas	10.000.000
(-) Costos	4.000.000
(=) Margen Bruto	6.000.000
(-) Gastos	1.500.000
(=) Resultado Operacional	4.500.000
(-) Impuesto Renta	1.125.000
(=) Utilidad Neta / Perdida	3.375.000

Paso 1: Determinar el porcentaje del margen bruto

MARGEN BRUTO \$6.000.000 / VENTAS \$10.000.000 = FACTOR MARGEN BRUTO 0,6

Paso 2: Calcular el punto de equilibrio es en base del porcentaje del margen bruto

COSTOS FIJOS (GASTOS) \$1.500.000 / FACTOR MARGEN BRUTO 0,6

RESULTADO = PUNTO EQUILIBRIO \$2.500.000

Estado de los Resultados	Período
(+) Ventas Netas	2.500.000
(-) Costos	1.000.000
(=) Margen Bruto	1.500.000
(-) Gastos	1.500.000
(=) Resultado Operacional	0
(-) Impuesto Renta	
(=) Utilidad Neta / Perdida	

5 - Indicadores de desempeño y productividad

Es imprescindible medir la mayor cantidad posible de indicadores que garanticen contar con información constante, real y precisa sobre aspectos tales como: efectividad, eficiencia, productividad, la ejecución presupuestaria, la incidencia en la gestión, todos los cuales constituyen el conjunto de signos vitales de la empresa.

Indicadores de desempeño

- **Índice de Crecimiento en Ventas**, debe ser coherente con el crecimiento de los Activos y con el crecimiento en volumen y precios.

$\text{Ventas del año corriente} / \text{Ventas del año anterior} \times 100$

- **Índice de Participación en el Mercado**, refleja la participación de la empresa en la satisfacción de la demanda de un determinado producto o servicio.

$\text{Ventas} / \text{Ventas totales del rubro} \times 100$

- **Índice de aumento de Clientes**, mide la imagen de la empresa ante los clientes.

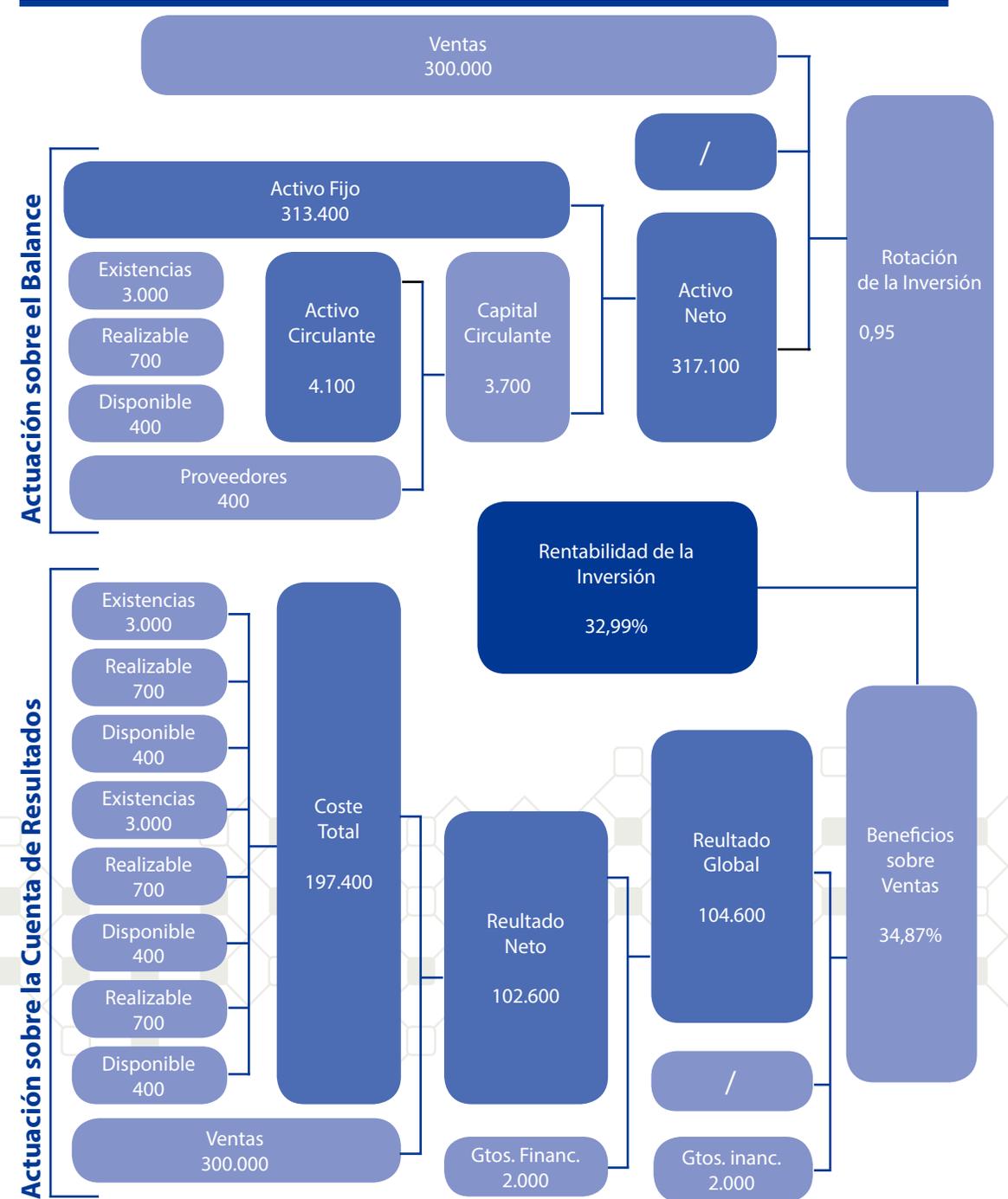
$\text{Cantidad de Clientes año corriente} / \text{Cantidad de clientes año anterior} - 1 \text{JOS (GASTOS)} / \text{FACTOR MARGEN BRUTO}$

Indicadores de productividad

El índice DUPONT una forma de integrar un indicador de rentabilidad con otro de actividad con el propósito de determinar si un rendimiento de inversión es procedente del uso eficiente de los recursos para generar ventas o del margen neto de utilidad que dichas ventas produzcan.

Resulta en la práctica fundamental conocer cómo se ha llegado a los resultados obtenidos, puesto que ello permite corregir errores o aprovechar sus puntos fuertes.

Para la determinación se requiere, además del Estado de Resultados, contar con información proveniente del Balance Clasificado de la empresa.



Para revisar los componentes de este indicador se debe descomponer la utilidad neta en todos los elementos del Estado de Resultados para determinar cuáles son los factores que están incidiendo en la mayor o menor utilidad neta.

De igual forma, se deben descomponer los Activos totales en corrientes, fijos y otros; para conocer donde está la causa, si por sobredimensionamiento de la inversión o por volúmenes bajos de ventas.

La empresa puede obtener buenas utilidades obteniendo un margen amplio de utilidad sobre las ventas, o siendo muy eficiente en la administración de sus activos. Mejor si es una combinación perfecta de las dos.

Por ejemplo, un producto o servicio que deje una utilidad del 40% sobre las ventas, y que además sea de una alta rotación, sería un negocio muy bueno, pero esto no sucede con frecuencia

Por regla general un producto con un amplio margen de utilidad sobre ventas, es un producto con poca rotación, y precisamente el alto margen es para compensar la poca rotación. Un ejemplo de esto son productos que no se venden todos los días, razón por la cual deben trabajar con un margen más alto.

En cambio, los productos de alta rotación mantienen un menor margen de utilidad sobre venta, lo cual es compensado por su rápida comercialización.

En definitiva, vender más productos a un menor precio permite un buen resultado. Lo mismo que vender pocos productos a un mayor precio.

El problema es que cuando la competencia es fuerte, no se puede manejar un precio de venta alto, lo que significa que la rentabilidad de la empresa no se debe basar en el margen de utilidad, sino en la eficiencia de los activos.

