



## LA IMPORTANCIA DE MEDIR LA RENTABILIDAD (I)

Por Carlos Alberto Mejía C.  
Consultor /Gerente

Existen muchos indicadores útiles para evaluar la calidad y beneficios de la gestión empresarial, pero ninguno de tanta significación como la rentabilidad. Esta última es una medida de productividad ya que determina la cantidad de resultado (utilidad) generado por un insumo (el capital invertido).

La rentabilidad es una medida por excelencia del resultado integral que se produce al combinar las bondades del sector donde se encuentre la empresa y la adecuada gestión de quien la dirige. Por esta razón, permite realizar comparaciones entre empresas diversas del mismo sector y aún entre empresas de sectores diferentes, tales que ayudan a visualizar la conveniencia y tendencias estructurales de un sector con relación a otros, lo cual se refleja en la dinámica de las cifras de rentabilidad.

Además, la rentabilidad facilita el realizar comparaciones con el costo de capital o con inversiones alternativas libres de riesgo, lo que también permitirá verificar la conveniencia de mantener o acrecentar una determinada inversión en un sector económico o en otro.

Veamos los elementos involucrados en la medición de rentabilidad:

Genéricamente hablando la rentabilidad es el cociente entre la utilidad neta y el patrimonio invertido, así:

$$\text{Rentabilidad patrimonial (Rp)} = (\text{Utilidad neta} / \text{Patrimonio})$$

O sea,

$$Rp = \left[ \underbrace{(\text{Precio} - \text{Costo variable})}_{\lambda} (\underbrace{\text{Volumen de ventas}}_{\xi}) - \text{Fijos} \right] \times (1-t) / \text{Patrimonio}$$

Donde:

El precio de venta y el costo variable se miden por unidad y su diferencia significará el margen bruto unitario en ventas, el cual al multiplicarse por el Volumen de ventas en unidades, determinará la contribución total, necesaria para absorber los costos que no dependen del volumen de ventas como son los costos fijos, los financieros, los ajustes por inflación y los otros ingresos y egresos, los cuales en este documento llamaremos genéricamente Fijos, aunque algunos de ellos puedan cambiar entre períodos diversos de comparación. Por su parte,  $t$  es la tasa impositiva, la cual también es independiente del volumen de ventas.

En la ecuación de  $R_p$  se pueden distinguir dos elementos diferentes: la primera parte  $\lambda$  tiene que ver con la cantidad de ventas y el margen de contribución bruto por unidad y la segunda  $\xi$ , dependerá del nivel de capacidad instalada que la empresa tenga.

**Veamos la primera parte,  $\lambda$ , con los siguientes comentarios: El margen bruto de ventas es un concepto que hace relación esencialmente con el mercado y la competencia. El mayor o menor porcentaje que esta cifra represente dependerá de qué tanto este dispuesto el mercado a pagar un precio de venta superior, dadas las condiciones de valor que perciba en un producto con relación a los de la competencia. Calidad y servicio, suelen ser factores determinantes en este caso.**

Los costos variables por unidad, se refieren a los gastos directos por unidad de producción, los cuales estarán compuestos por la materia prima, el recurso humano de producción y ventas y los gastos generales necesarios para producir y vender una unidad. Salvo por acceso a mejores tecnologías y procesos más eficientes (menores desperdicios, por ejemplo), los costos variables de producción y ventas en un sector determinado suelen ser muy parecidos.

La otra parte de la ecuación,  $\xi$ , son los egresos que hemos llamado Fijos, compuestos por los costos fijos operativos (depreciaciones, seguros, personal administrativo, etc.) y los costos financieros los cuales dependerán del nivel de endeudamiento. **Los costos fijos operativos son una consecuencia de la capacidad instalada de la empresa (tamaño de la infraestructura), la cual originará unos costos mayores o menores independientemente del éxito en las labores de mercadeo y ventas.** Dejaremos a un lado, por el momento, el problema del endeudamiento, el cual vamos a estudiar un poco más adelante. [\[1\]](#)

---

[\[1\]](#) En el caso de una institución financiera, la ecuación de la rentabilidad patrimonial podría verse como sigue:

$$R_p = [(\text{Margen de interés neto}) \times (\text{Activo productivo}) - \text{Provisiones por riesgo} - \text{Fijos}] \times (1-t) / \text{Patrimonio.}$$

donde el Margen de interés neto es comparable, en el caso de una empresa de un sector no financiero, con la contribución bruta por unidad y el Activo productivo con el Volumen de ventas. Existe una diferencia significativa en la constitución de Provisiones por riesgo que son de forzosa realización para las instituciones financieras, sin desconocer que las empresas de otros sectores también realizan sus provisiones de cartera. Existen, además, otros ingresos y egresos originados en la prestación de servicios diversos, genéricamente llamados comisiones, pero su importancia en la formación de los ingresos netos es muy baja frente a lo que significan los ingresos netos financieros.

Los Fijos no incluyen en este caso los costos financieros pues éstos son parte del Margen de interés neto. El "costo de la mercancía vendida" de una institución financiera es el costo financiero de los recursos que utiliza. Los demás elementos del costo fijo obedecen también al tamaño de su capacidad instalada, o sea, su infraestructura por todo concepto.

Como se aprecia, hay dos formas de optimizar la rentabilidad: una excelente labor de mercadeo tal que genere una mayor relación precio-costo variable acompañada de un mayor volumen de ventas, o, alternativamente, una no menos excelente labor de productividad en el uso de la infraestructura disponible, para no crecerla innecesariamente o utilizarla inapropiadamente.

Pero, la Rentabilidad empresarial podría verse de distinta manera con otra simple ecuación, como sigue:

$$Rp = \underbrace{[\text{Utilidad Neta/Ventas}]}_{\Lambda} \times \underbrace{[\text{Ventas/Activos}]}_{\xi} \times \underbrace{[\text{Activos/Patrimonio}]}_{\beta} \quad [2]$$

Los tres elementos de la anterior ecuación se pueden denominar con los nombres de:

$\Lambda$	Palanca de mercadeo = [Utilidad neta/Ventas]
$\xi$	Palanca de operación = [Ventas/Activos]
$\beta$	Palanca financiera = [Activos/Patrimonio]

Con ello se ha querido significar en la literatura empresarial que los resultados de una empresa (financiera o no financiera) dependen del efecto multiplicativo de las palancas, las cuales amplifican el efecto positivo o negativo de las otras.

**La primera palanca es clara en cuanto a su significado: la palanca de mercadeo se refiere a la eficiencia comercial de la empresa en el objetivo de obtener mayor margen neto por cada peso vendido. La segunda palanca se refiere a la eficiencia operativa que hace relación a la mayor o menor necesidad de infraestructura para un nivel de ventas determinado. Y la tercera palanca, la palanca financiera, se refiere a la estructura financiera de la empresa, es decir, la presencia en el pasivo total de mayor cantidad de deuda o de capital.**

Cada tipo de negocio tendrá su propia estructura de palancas, dado el sector al cual pertenece y la eficiencia y eficacia de sus administradores. Veamos una comparación de las estructuras de tres tipos de negocios diferentes, medidos con los resultados reales de un año normal de actividad económica (con algunas aproximaciones decimales para facilitar la lectura):

TIPO COMPAÑÍA	MARGEN NETO VENTAS %	ROTACIÓN ACTIVO VECES	PALANCA FINANCIERA VECES	RENTABILIDAD PATRIMONIAL %
<b>Bancos</b>	10.0	0.2	9.0	18.0
<b>Industria</b>	8.0	1.0	2.5	20.0
<b>Comercio</b>	3.0	2.5	3.0	22.5

[2] Para una institución financiera, en la fórmula anterior, las ventas son equivalentes al valor de sus ingresos.

Si bien los conceptos anteriores nos ayudan a comprender el verdadero origen de los resultados de una empresa, en la práctica el indicador de rentabilidad empresarial es fruto de la agregación de la conducta de muy diversos productos o clientes o de la influencia de áreas de organización diferentes las cuales pueden aumentar o disminuir la necesidad de infraestructura.

**En la realidad, las empresas tienen productos, áreas o clientes que aportan positivamente a la formación de una adecuada rentabilidad y otros que no. El examen cuidadoso de estas situaciones es la materia específica de los sistemas de costos, los indicadores de gestión y los modelos de rentabilidad que las empresas cada vez más requieren.**

**Planning S.A.**

**Copyright © Planning S.A. Todos los derechos reservados.**

## Acerca de Planning

Si desea conocer más sobre este tema, [pulse aquí](#)

Planning S.A. es una empresa privada colombiana que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.

### Servicios

Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los links:

▪ [Consultoría](#)    ▪ [Sistema de Inteligencia Monitor](#)    ▪ [Sistema de Inteligencia Planner](#)    ▪ [Otras publicaciones](#)

### Recomienda a un amigo

Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#), para entrar a la página de referidos.



Si quiere cancelar su suscripción, [pulse aquí](#), y será removido de nuestra base de datos.

[www.planning.com.co](http://www.planning.com.co)