

¿Cómo analizar los resultados de mi empresa?

POR NUMIT CONSULTORÍA EMPRESARIAL, JULIO 2019

Al llegar a una empresa nueva a dar consultoría es muy común escuchar por parte de los dueños (socios operativos) los siguientes comentarios: *“A mí me gusta el diseño conceptual (las ventas, la supervisión de operaciones, o cualquiera que fuera su función dentro de la empresa), de los números se encarga el administrador/a”, “Sabemos qué tan mal no estamos porque no hemos quebrado, pero desconocemos si nuestro negocio está siendo rentable”.*



El manejo de las finanzas dentro de una empresa puede estar en manos de un administrador, auxiliar contable o cualquiera que sea la persona a la que se le asigne esta labor, sin embargo, el conocimiento y análisis de la información deben ser parte fundamental de las actividades de cualquier directivo en una empresa, pues sin esta actividad realizar cambios y mejoras en la organización es muy difícil.

Existe un gran número de información financiera que se debe analizar para medir y mejorar los resultados de la empresa.

Ahora, te presentaremos algunos focos de atención que en nuestra consultoría consideramos como primordiales:

1. Estado de resultados y flujo de efectivo. Estos dos estados financieros son básicos para reconocer la situación del negocio y para poder planear su crecimiento. El estado de resultados nos dice si nuestro negocio está generando utilidades mes con mes, y el flujo de efectivo nos dice si contamos con el dinero suficiente para cubrir con los compromisos del mes siguiente.
2. Costeo de los productos y servicios. Al definir los precios de salida de nuestros productos y servicios comúnmente nos enfocamos en los precios de mercado para asegurarnos de poder ser atractivos para el mismo. Esta acción es efectiva, sin embargo, debe de acompañarse de un costeo correcto de cada uno de los productos/servicios para asegurarse de que todos los costos directos e indirectos, los gastos administrativos, los costos financieros y la utilidad deseada se encuentren cubiertos y distribuidos entre los mismos.



3. Análisis de la rentabilidad por unidad de negocio. En empresas que cuentan con varias marcas comerciales y/o varias unidades de negocio es común encontrar que una de ellas sostenga a la otra, es decir, que absorba más costos, gastos, nómina que no le corresponde, etc. Un análisis muy útil es separar la información por marca comercial o unidad de negocio y asegurarse de que cada una por sí misma esté generando resultados positivos y atractivos para la empresa en su conjunto.

4. Reales vs presupuesto. Esta práctica es muy común en empresas grandes pero muy poco común en empresas pequeñas. Definir un presupuesto tanto de ingresos como de egresos nos ayuda a ponernos metas que aseguren los resultados deseados. Posterior a esto, comparar los reales de cada mes vs los presupuestos establecidos nos ayuda a definir estrategias de mejora.



Para concluir que los análisis anteriores sean posibles lo único que se necesita es un buen registro de los datos que nuestro negocio genera. Se puede utilizar el Excel o algún software administrativo pero lo más importante será con que tanto detalle capturamos la información, que tan ordenados y que tan constantes somos en el manejo de nuestros números.