

Enero 2024 – Documento LXXVI



FINANCIAL BENCHMARK+: PRODUCTOS PARA EL HOGAR Y PERSONALES TERCER TRIMESTRE 2023_Y GLOSARIO DE RATIOS

En Zumma Learning, Consulting & Sustainability, nos dedicamos a brindar la mejor formación ejecutiva en la región a través de la Alianza Comercial con ESAN Graduate School of Business(*). Del mismo modo generamos el mayor valor agregado en consultorias especializadas, no tradicionales. 

(*) ESAN Graduate School of Business es la 7ma mejor Escuela de Negocios en América Latina, de acuerdo al ranking de Financial Times.



Definimos los indicadores financieros utilizados en el Financial Benchmark+, así como comparamos los mismos para cada una de las principales empresas integrantes de la Industria de Productos del Hogar y Personal. Los datos corresponden al 3er trimestre de 2023.

Data tomada de: Wall Street Journal, Yahoo Financial y páginas de las empresas presentadas.





The Procter & Gamble Company ofrece productos de consumo envasados de marca en todo el mundo. Opera a través de cinco segmentos: belleza; aseo; cuidado de la salud; tela y cuidado en el hogar; y cuidado de bebés, femeninos y familiares. El segmento de belleza ofrece acondicionadores, champús, ayudas para el peinado y tratamientos bajo las marcas Head & Shoulders, Herbal Essences, Pantene y Rejoice; y antitranspirantes y desodorantes, productos de limpieza personal y para el cuidado de la piel bajo las marcas Olay, Old Spice, Safeguard, Secret y SK-II. El segmento de Grooming proporciona productos y electrodomésticos para el cuidado del afeitado bajo las marcas Braun, Gillette y Venus. El segmento de Cuidado de la Salud ofrece cepillos de dientes, pastas de dientes y otros productos para el cuidado bucal bajo las marcas Crest y Oral-B; y gastrointestinal, diagnóstico rápido, respiratorio, vitaminas/minerales/suplementos, alivio del dolor y otros productos de cuidado de la salud personal bajo las marcas Metamucil, Neurobion, Pepto-Bismol y Vicks. El segmento Fabric & Home Care proporciona potenciadores de telas, aditivos para la ropa y detergentes para la ropa bajo las marcas Ariel, Downy, Gain y Tide; y productos para el cuidado del aire, el cuidado de los platos, P&G y productos para el cuidado de la superficie bajo las marcas Cascade, Dawn, Fairy, Febreze, Mr. Clean y Swiffer. El segmento Baby, Feminine & Family Care ofrece toallitas para bebés, pañales y pantalones con cinta adhesiva bajo las marcas Luvs y Pampers; incontinencia para adultos y productos para el cuidado femenino bajo las marcas Always, Always Discretet y Tampax; y toallas de papel, pañuelos y papel higiénico bajo las marcas Bounty, Charmin y Puffs. La compañía vende sus productos principalmente a través de comerciantes masivos, comercio electrónico, tiendas de comestibles, tiendas de clubes de membresía, farmacias, grandes almacenes, distribuidores, mayoristas, tiendas de belleza especializadas, tiendas de alta frecuencia, farmacias, tiendas de electrónica y canales profesionales, así como directamente a los consumidores. La Procter & Gamble Company fue fundada en 1837 y tiene su sede en Cincinnati, Ohio.



La empresa Clorox fabrica y comercializa productos de consumo y profesionales en todo el mundo. Opera a través de cuatro segmentos: Salud y Bienestar, Hogar, Estilo de vida e Internacional. El segmento de Salud y Bienestar ofrece productos de limpieza, como aditivos para la lavandería y productos para el cuidado del hogar, principalmente bajo las marcas Clorox, Clorox2, Scentiva, Pine-Sol, Liquid-Plumr, Tilex y Formula 409; productos profesionales de limpieza y desinfección bajo las marcas CloroxPro y Clorox Healthcare; productos de servicio de alimentos profesionales bajo la marca Hidden Valley; y vitaminas, minerales y productos de suplementos bajo las marcas RenewLife, Natural Vitality, NeoCell y Rainbow Light en los Estados Unidos. El segmento del hogar ofrece productos de arena para gatos bajo las marcas Fresh Step y Scoop Away; bolsas y envolturas bajo la marca Glad; y productos para asar a la parrilla bajo la marca Kingsford en los Estados Unidos. El segmento de estilo de vida ofrece aderezos, salsas, condimentos y salsas principalmente bajo la marca Hidden Valley; productos naturales para el cuidado personal bajo la marca Burt's Bees; y productos de filtración de agua bajo la marca Brita en los Estados Unidos. El segmento internacional proporciona aditivos para la lavandería; productos para el cuidado del hogar; sistemas de filtración de agua; productos para la salud digestiva; productos para asar a la parrilla; productos de arena para gatos; productos alimenticios; bolsas y envolturas; productos naturales para el cuidado personal; y productos profesionales de limpieza y desinfección a nivel internacional, principalmente bajo las marcas Clorox, Ayudin, Clorinda, Poett, Pine-Sol, Glad, Brita, RenewLife, Ever Clean y Burt's Bees. Vende sus productos principalmente a través de minoristas masivos; puntos de venta de comestibles; clubes de almacén; tiendas en dólares; centros de hardware para el hogar; tiendas de medicamentos, mascotas y militares; canales de comercio electrónico de terceros y de propiedad; y distribuidores, así como una fuerza de ventas directas. The Clorox Company fue fundada en 1913 y tiene su sede en Oakland, California.

<https://finance.yahoo.com/quote/UL/profile?p=UL>



Kimberly-Clark Corporation, junto con sus filiales, fabrica y comercializa productos de cuidado personal y tejidos de consumo en todo el mundo. Opera a través de tres segmentos: Cuidado Personal, Tejido de Consumo y K-C Professional. El segmento de cuidado personal de la compañía ofrece pañales desechables, pantalones de entrenamiento y juveniles, pantalones de baño, toallitas para bebés, productos para el cuidado de las mujeres y la incontinencia, ropa interior reutilizable y otros productos relacionados bajo Huggies, Pull-Ups, Little Swimmers, GoodNites, DryNites, Sweety, Kotex, U by Kotex, Intimus, Thinx, Poise, Depend, Plenitud, Softex y otras marcas. Su segmento de pañuelos de consumo ofrece pañuelos faciales y de baño, toallas de papel, servilletas y productos relacionados bajo las marcas Kleenex, Scott, Cottonelle, Viva, Andrex, Scottex, Neve y otras marcas. El segmento K-C Professional de la compañía ofrece limpiaparabrisas, pañuelos de papel, toallas, ropa, jabones y desinfectantes bajo las marcas Kleenex, Scott, WypAll, Kimtech y KleenGuard. Además, vende productos de uso doméstico directamente a supermercados, comerciantes masivos, farmacias, clubes de almacenes, tiendas de variedades y grandes almacenes, y otros puntos de venta, así como a través de otros distribuidores y comercio electrónico; y productos de uso fuera del hogar directamente a la fabricación, el alojamiento, el edificio de oficinas, el servicio de alimentos y las instalaciones públicas, así como a través del comercio electrónico. La compañía fue fundada en 1872 y tiene su sede en Dallas, Texas.

<https://finance.yahoo.com/quote/UL/profile?p=UL>



Unilever PLC opera como una empresa de bienes de consumo de rápido movimiento. Opera a través de los segmentos de belleza y bienestar, cuidado personal, cuidado en el hogar, nutrición y helados. El segmento de Belleza y Bienestar se dedica a la venta de productos para el cuidado del cabello, como champú, acondicionador y peinado; productos para el cuidado de la piel, incluida la crema hidratante para la cara, las manos y el cuerpo; y productos de belleza y salud y bienestar de prestigio, que incluyen vitaminas, minerales y suplementos. El segmento de cuidado personal ofrece productos de limpieza de la piel que incluyen jabón y ducha, desodorante y productos para el cuidado bucal, como pasta de dientes, cepillo de dientes y productos de enjuague bucal. El segmento de cuidado en el hogar se dedica a la venta de cuidado de telas, incluidos detergentes y líquidos, y acondicionadores de enjuague; y hogar e higiene, potenciadores de telas, productos de bienestar con agua y aire. El segmento de nutrición proporciona la venta de ayudas para cocinar, que incluye sopas, caldos y condimentos; productos de aderezos, como mayonesa y salsa de tomate; y bebidas y productos de nutrición funcional, incluidos Horlicks y Boost, así como productos de té. El segmento de helados ofrece productos de helados, incluyendo helados en casa y fuera de casa. Ofrece sus productos bajo las marcas AXE, Bango, Ben & Jerry's, Cif, Comfort, Domestos, Dove, Equilibra, Hellmann's, Knorr, LUX, Lifebuoy, Liquid I.V., Love Beauty & Planet, Magnum, OLLY, OMO, Onnit, Rexona, Seventh Generation, SmartPants, Sunsilk, The Vegetarian Butcher, Vaseline y Wall's. La empresa fue fundada en 1860 y tiene su sede en Londres, Reino Unido.

<https://finance.yahoo.com/quote/UL/profile?p=UL>



Colgate-Palmolive Company, junto con sus filiales, fabrica y vende productos de consumo en todo el mundo. La compañía opera a través de dos segmentos, Oral, Personal y Home Care; y Pet Nutrition. El segmento de cuidado oral, personal y en el hogar ofrece pasta de dientes, cepillos de dientes, enjuague bucales, jabones de manos en barra y líquidos, geles de ducha, champús, acondicionadores, desodorantes y antitranspirantes, productos para la salud de la piel, detergentes para lavar platos, acondicionadores de telas, limpiadores para el hogar y otros artículos relacionados. Este segmento comercializa y vende sus productos bajo varias marcas, que incluyen Colgate, Darlie, elmex, hello, meridol, Sorriso, Tom's of Maine, Irish Spring, Palmolive, Protex, Sanex, Softsoap, Lady Speed Stick, Speed Stick, EltaMD, Filorga, PCA SKIN, Ajax, Axion, Fabuloso, Murphy, Suavitel, Soupline y Cuddly a una gama de minoristas, mayoristas y distribuidores tradicionales y de comercio electrónico. También incluye productos farmacéuticos para dentistas y otros profesionales de la salud oral. El segmento de nutrición para mascotas ofrece productos de nutrición para mascotas para las necesidades nutricionales diarias bajo la marca Hill's Science Diet; y una gama de productos terapéuticos para controlar las condiciones de la enfermedad en perros y gatos bajo la marca Hill's Prescription Diet. Este segmento comercializa y vende sus productos a través de minoristas de suministros para mascotas, veterinarios y minoristas de comercio electrónico. Colgate-Palmolive Company fue fundada en 1806 y tiene su sede en Nueva York, Nueva York.

<https://finance.yahoo.com/quote/CL/profile?p=CL>

La industria de productos para el hogar y personas abarca una amplia gama de artículos diseñados para su uso en el hogar y para el cuidado personal. Esta industria incluye, pero no se limita a, los siguientes segmentos:

1. Productos de Limpieza y Cuidado del Hogar:

Incluye detergentes, limpiadores, desinfectantes, y otros productos utilizados para mantener la limpieza y el orden en el hogar.

2. Artículos de Cuidado Personal: Productos como champús, jabones, cremas, maquillaje, y artículos de aseo personal.

3. Electrodomésticos y Utensilios: Todo desde refrigeradores, lavadoras, hasta pequeños electrodomésticos como batidoras o tostadoras.

4. Productos de Alimentación y Nutrición para el Hogar: Esto puede incluir suplementos, alimentos y bebidas envasadas, entre otros.

5. Artículos de Decoración y Mobiliario: Elementos decorativos, muebles y accesorios para el hogar.

Esta industria es significativa porque juega un papel vital en la vida cotidiana de las personas, proporcionando productos esenciales para el bienestar, la comodidad y la higiene. Además, es un sector que está en constante evolución, incorporando innovaciones tecnológicas y respondiendo a las cambiantes demandas y preocupaciones de los consumidores, como la sostenibilidad y la salud. Las principales empresas en la industria de productos de belleza y cuidado personal en América del Norte y

los Estados Unidos incluyen algunas de las siguientes:

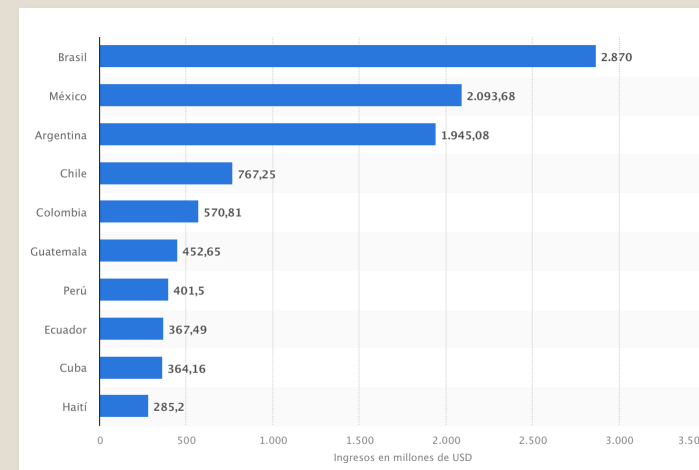
1. L'Oréal S.A.
2. Unilever PLC
3. Procter & Gamble Company
4. The Estée Lauder Companies Inc.
5. Colgate-Palmolive Company
6. maxingvest AG (Beiersdorf AG)
7. Johnson & Johnson Services, Inc.
8. Kimberly Clark
9. The Clorox Company

Estas compañías son líderes en el mercado debido a su amplia gama de productos, innovación constante, fuerte presencia de marca y estrategias efectivas de marketing y distribución. Operan en diversos segmentos de la industria, ofreciendo productos que van desde cosméticos y fragancias hasta productos de cuidado del cabello y la piel.

Según la información preparada por **Statista**, los mercados latinoamericanos que reportaron mayores ingresos en la industria de productos para el cuidado de la piel fueron: Brasil (US\$2,870 billones), México (US\$2,093 billones), Argentina (US\$1,945 billones), Chile (US\$767 billones), Colombia (US\$570 millones), Guatemala (US\$452 millones), y Perú (US\$401 millones). Datos para el año 2023.

Carlos Pastor.

Ingreso de la industria del cuidado de la piel por país LATAM (2023)



Fuente: Statista

Índice de ratios financieros.

Variación de ventas,

Liquidez general,

Liquidez ácida,

Rotación de cobranzas,

Rotación de inventarios,

Rotación de cuentas por pagar,

Ciclo de conversión de efectivo,

EBITDA,

EBITDA a EBIT,

EBITDA a ventas,

EBITDA a Gasto financiero,

EBITDA depurado a gasto financiero,

CAPEX a activo fijo,

Deuda total a patrimonio

Deuda financiera a patrimonio

Deuda financiera a EBITDA,

Deuda financiera de corto plazo a EBITDA,

Deuda financiera de largo plazo a EBITDA,

Deuda financiera a EBIT,

Margen bruto,

Margen operacional,

Margen neto,

Rentabilidad de activos,

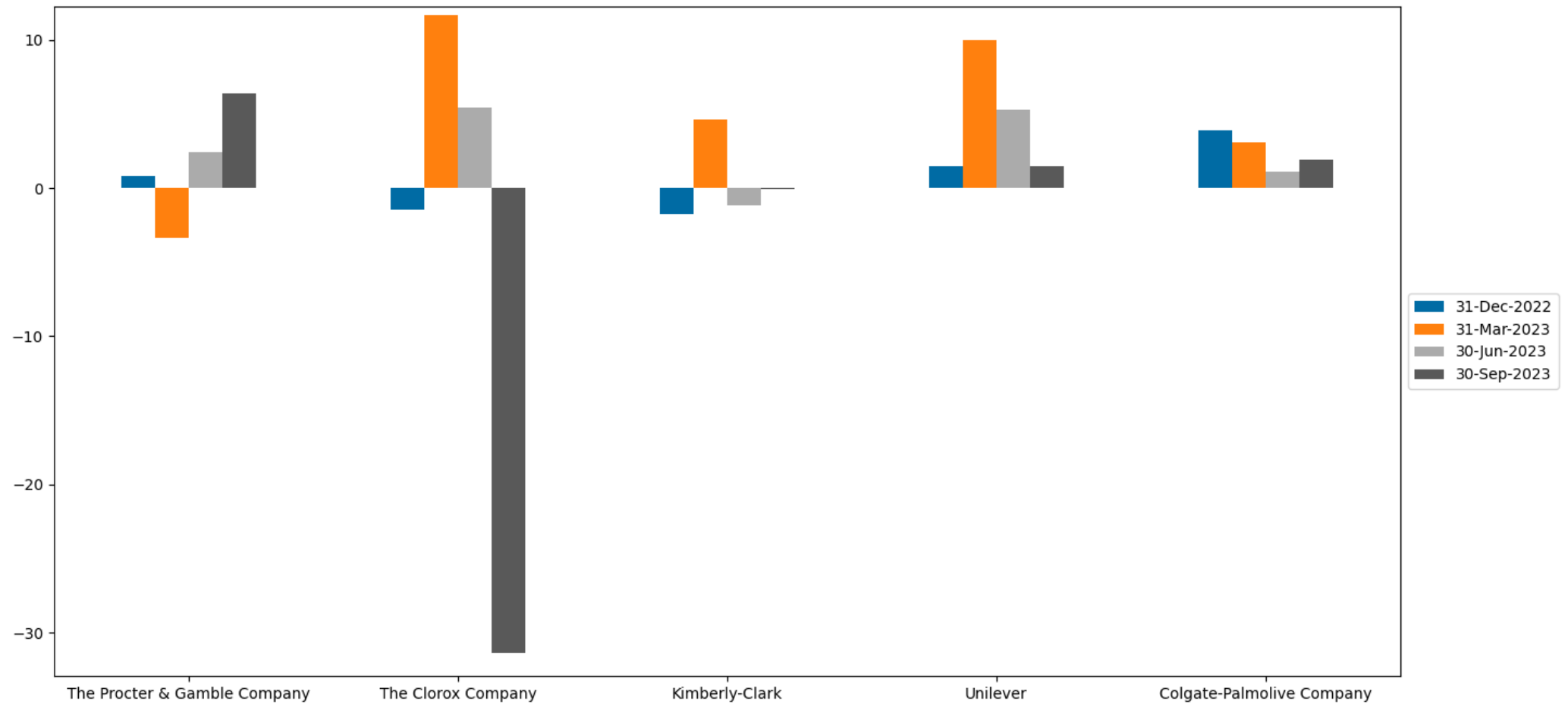
Rentabilidad de patrimonio,

VARIACIÓN DE VENTAS

El análisis de la variación de ventas se centra en determinar las causas y la magnitud de los cambios en las ventas de una empresa a lo largo del tiempo. Implica comparar las cifras de ventas entre diferentes períodos y analizar los factores que contribuyen a las fluctuaciones, como cambios en la demanda, precios, estrategias de marketing y condiciones del mercado. Este análisis puede ayudar a identificar tendencias, predecir futuros rendimientos y tomar decisiones informadas para estrategias y presupuestos. Es crucial para la planificación empresarial y la gestión efectiva de recursos.



VARIACIÓN DE VENTAS (%) SOBRE TRIMESTRE ANTERIOR.



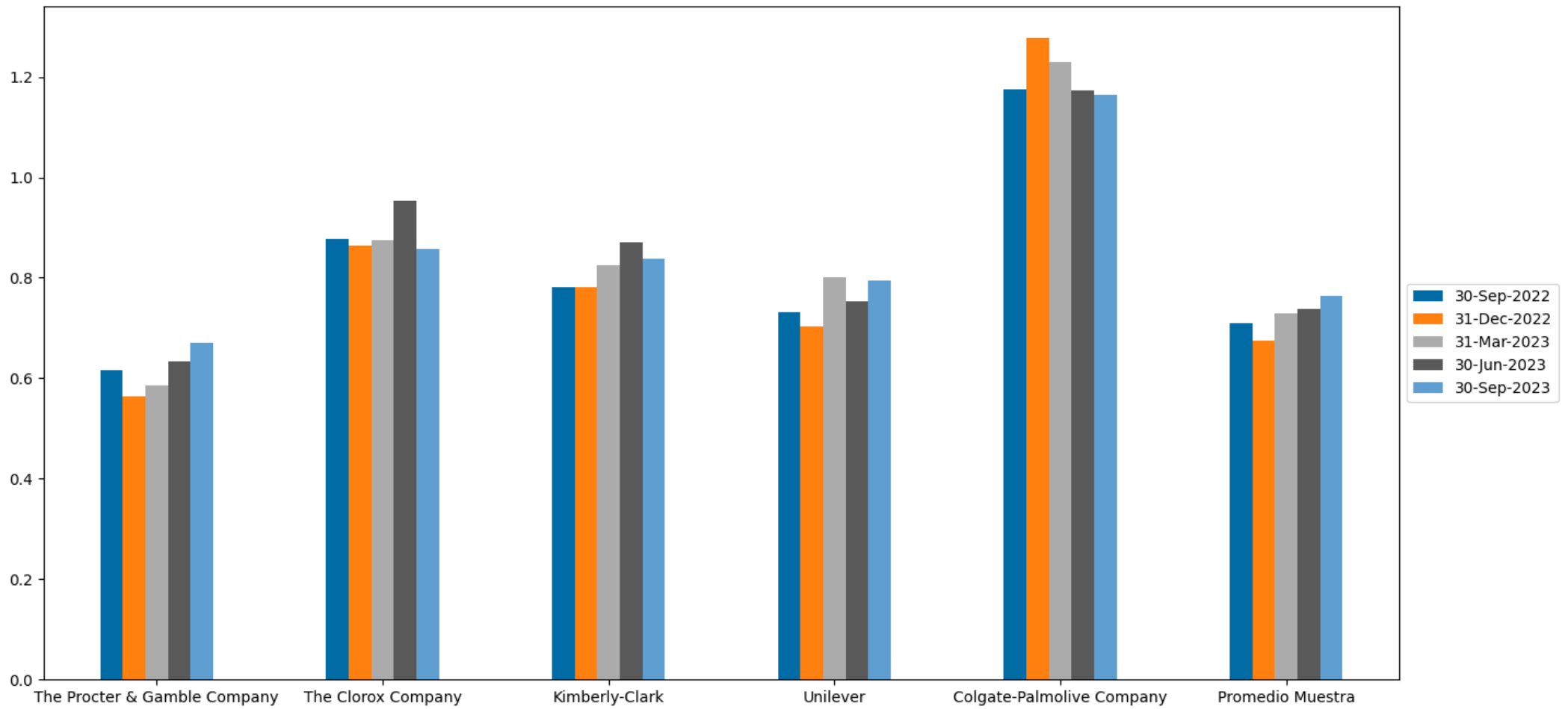
LIQUIDEZ GENERAL

La liquidez general, o ratio de liquidez corriente, es un indicador financiero que mide la capacidad de una empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo con sus activos corrientes. Se calcula dividiendo el total de activos corrientes por el total de pasivos corrientes. Un valor mayor indica una mayor capacidad de la empresa para satisfacer sus deudas a corto plazo, lo que implica una mejor salud financiera.

Un valor de liquidez general mayor a 1 sugiere que la empresa tiene suficientes activos corrientes para cubrir sus pasivos a corto plazo, mientras que un valor menor indica posibles dificultades financieras. Es crucial para evaluar la solidez y estabilidad financiera de una compañía.



LIQUIDEZ GENERAL (VECES)



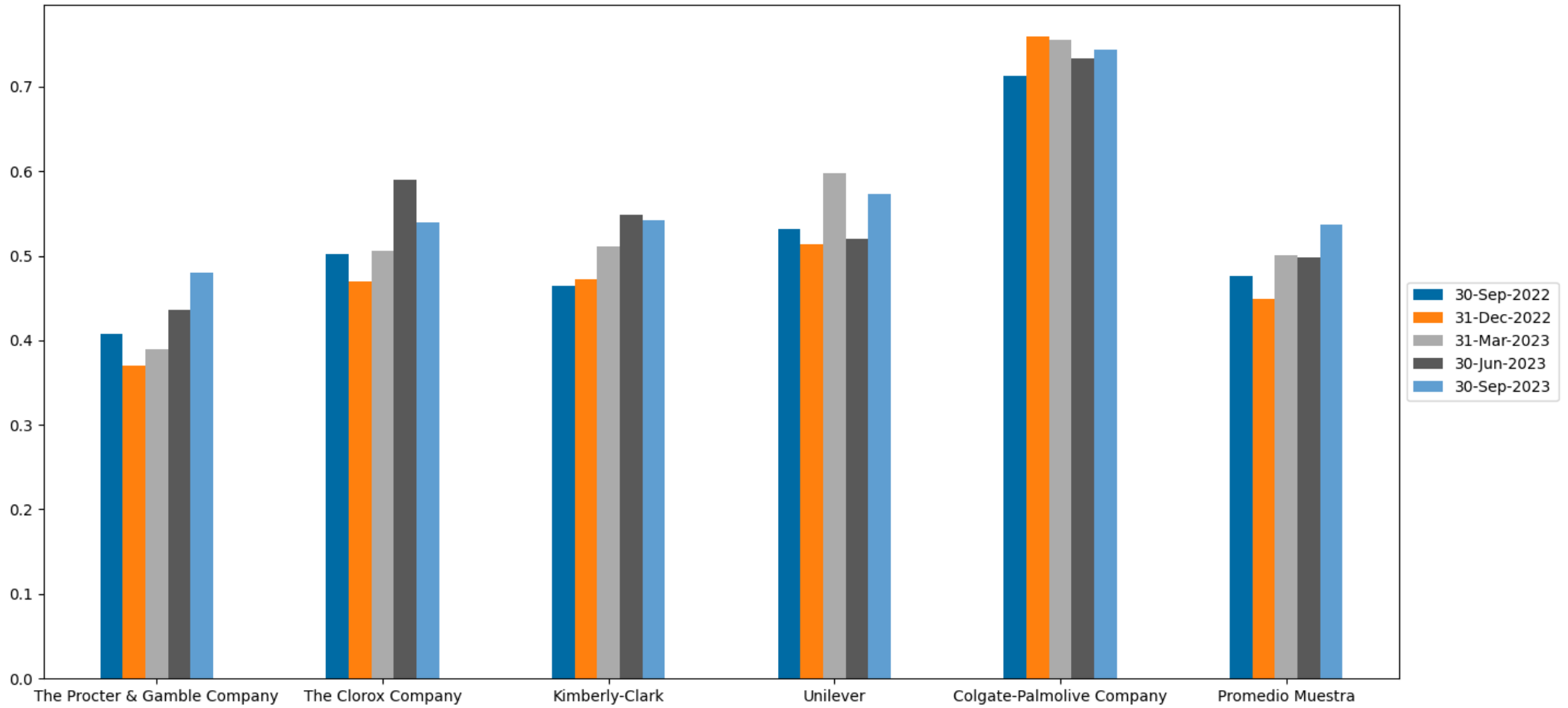
LIQUIDEZ ÁCIDA

La liquidez ácida, o ratio de prueba ácida, es un indicador financiero que mide la capacidad inmediata de una empresa para pagar sus deudas a corto plazo sin depender de la venta de inventario. Se calcula dividiendo los activos corrientes menos el inventario por los pasivos corrientes. Un valor más alto indica una mayor capacidad de la empresa para satisfacer rápidamente sus deudas a corto plazo.

Un ratio de liquidez ácida mayor a 1 sugiere que la empresa puede cubrir sus obligaciones a corto plazo incluso sin vender su inventario, lo que indica una posición de liquidez más sólida y menos riesgo en situaciones urgentes.



LIQUIDEZ ÁCIDA (VECES)

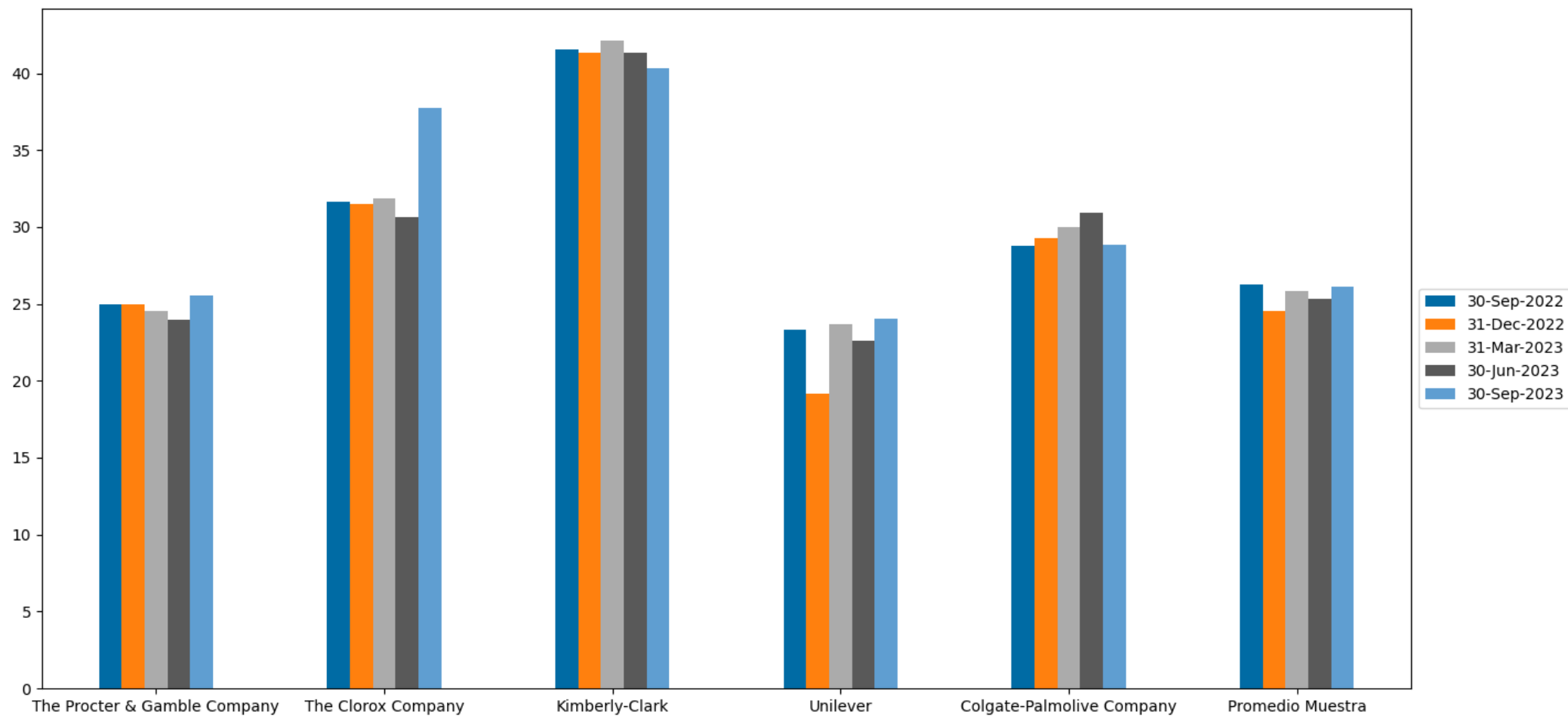


ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR (DÍAS)

La rotación de cuentas por cobrar en días, o período promedio de cobro, mide el tiempo promedio que le toma a una empresa cobrar el dinero de sus ventas a crédito. Se calcula dividiendo los días del período (usualmente 360 o 365) por la rotación de cuentas por cobrar, que a su vez se calcula dividiendo las ventas netas a crédito por el promedio de cuentas por cobrar. Un número menor indica una cobranza más rápida y eficiente. Una rotación más rápida puede indicar una gestión eficiente de crédito y cobranzas, lo cual es crucial para mantener un flujo de caja saludable y reducir el riesgo de incobrabilidad.



ROTACION DE CUENTAS POR COBRAR (DIAS)



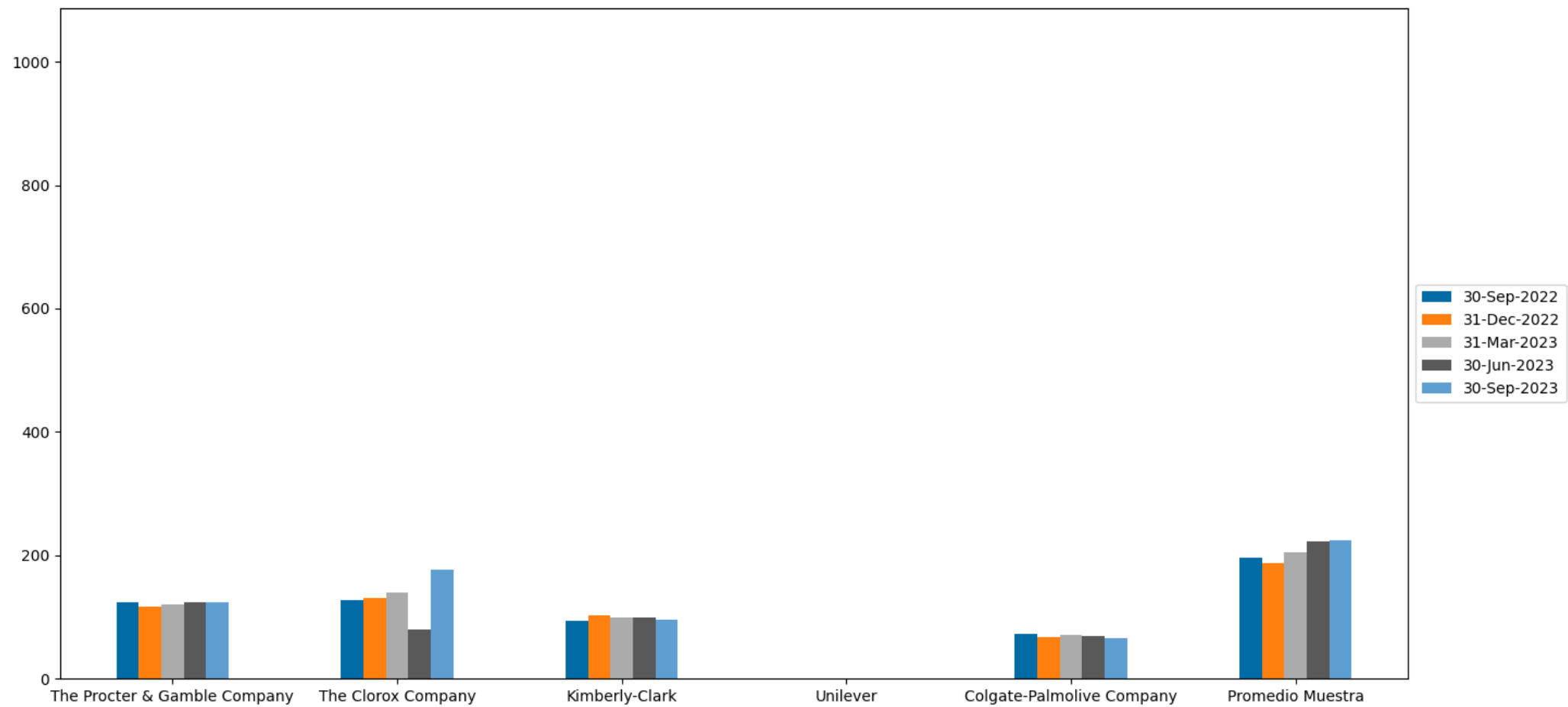
ROTACIÓN DE CUENTAS POR PAGAR (DÍAS)

La rotación de cuentas por pagar en días indica el tiempo promedio que una empresa tarda en pagar a sus proveedores. Se calcula dividiendo los días del período por la rotación de cuentas por pagar. Un número mayor indica que la empresa tarda más en pagar, lo cual puede ser una señal de gestión de efectivo flexible pero también puede afectar las relaciones con proveedores.

Una rotación de cuentas por pagar en días más larga puede significar que la empresa tiene más tiempo para utilizar el efectivo en otras inversiones antes de pagar a sus proveedores. Sin embargo, es importante equilibrar esta flexibilidad con la necesidad de mantener buenas relaciones comerciales y evitar posibles penalizaciones por pagos tardíos.



ROTACION DE CUENTAS POR PAGAR (DIAS)



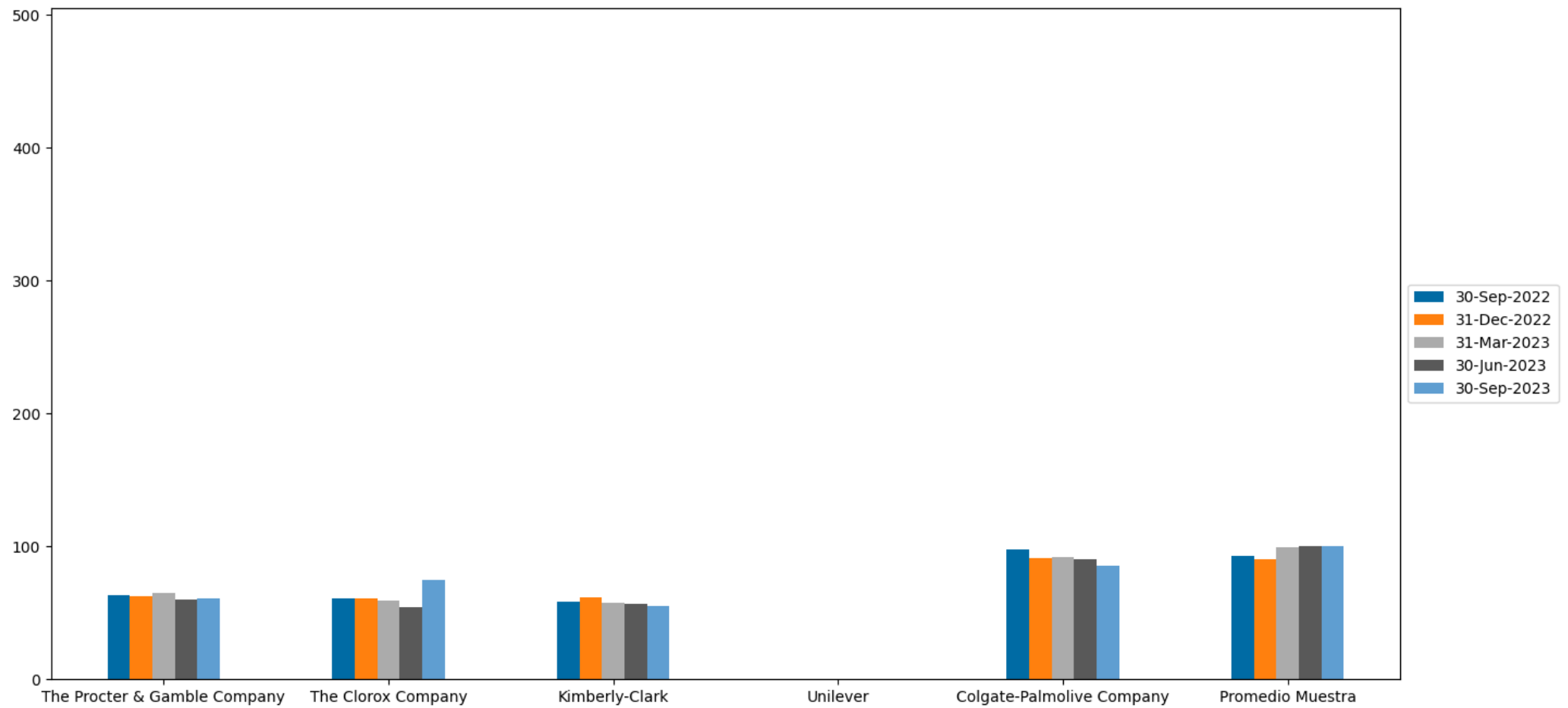
ROTACIÓN DE INVENTARIO (DÍAS)

La rotación de inventario en días mide el tiempo promedio que una empresa tarda en vender su inventario. Se calcula dividiendo los días del período por la rotación de inventario, que es la relación entre el costo de bienes vendidos (COGS) y el promedio de inventario. Un número menor indica una rotación más rápida del inventario, lo que generalmente es deseable, ya que implica una gestión eficiente de las existencias y una menor inversión en inventario.

Una rotación de inventario más rápida puede reducir los costos de almacenamiento y la obsolescencia de productos. Sin embargo, es importante equilibrar la rotación rápida con la disponibilidad de inventario para satisfacer la demanda de los clientes.



ROTACION DE INVENTARIO (DIAS)



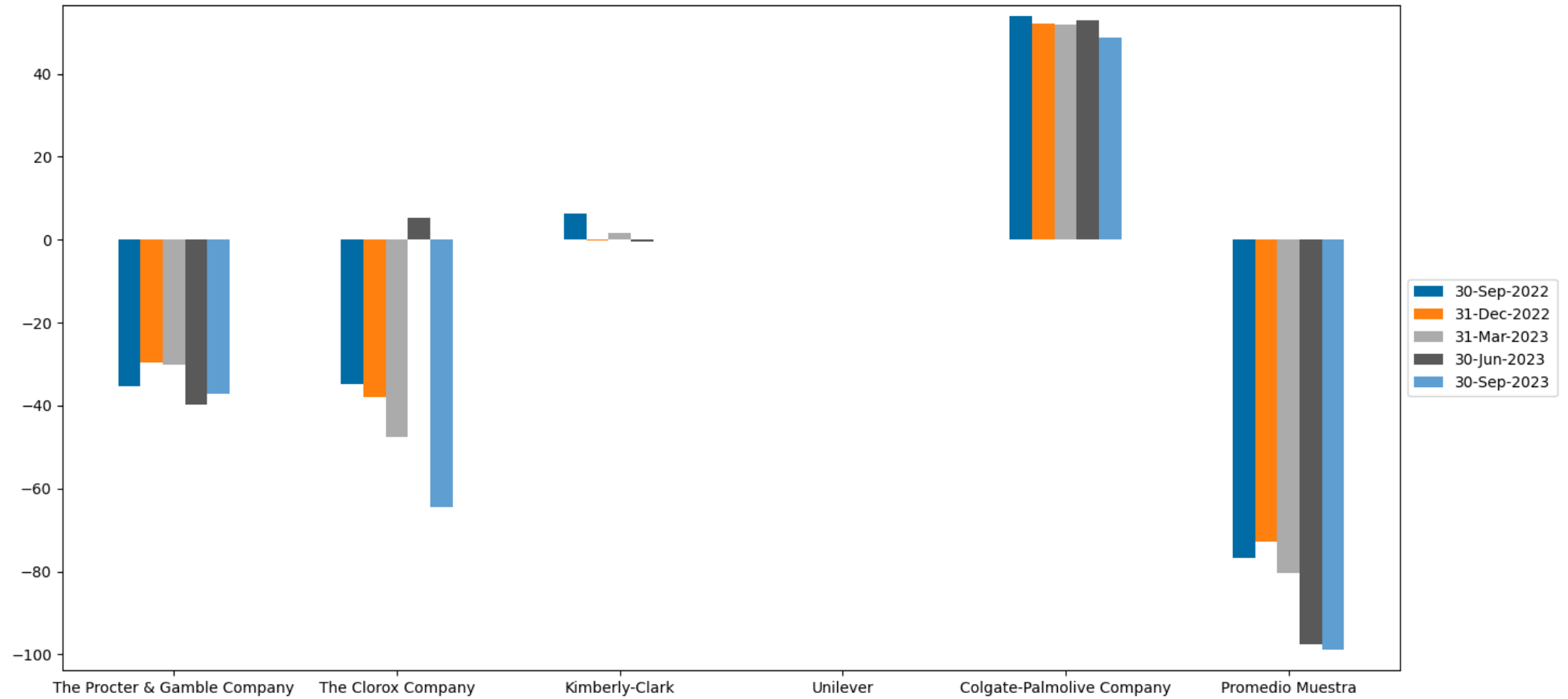
CICLO DE CONVERSIÓN EN EFECTIVO (DÍAS)

El ciclo de conversión en efectivo es un indicador financiero que mide el tiempo que tarda una empresa en convertir sus inversiones en efectivo a través de la venta de inventario, la cobranza de cuentas por cobrar y el pago de cuentas por pagar. Representa la eficiencia en la gestión de efectivo y la liquidez de la empresa. Un ciclo más corto indica una mejor capacidad para generar efectivo rápidamente, mientras que un ciclo más largo puede indicar una menor eficiencia en la gestión de recursos financieros.

Un ciclo de conversión en efectivo más corto es beneficioso, ya que permite a la empresa disponer de efectivo rápidamente para cubrir sus obligaciones o invertir en oportunidades. Para acortar el ciclo, se pueden implementar estrategias como acelerar la cobranza de cuentas por cobrar, gestionar de manera eficiente el inventario y negociar plazos favorables con proveedores. Un ciclo de conversión en efectivo más largo puede indicar ineficiencias operativas o una gestión de efectivo deficiente, lo que puede requerir atención para mejorar la liquidez y la salud financiera de la empresa.



CICLO DE CONVERSION EN EFECTIVO (DIAS)



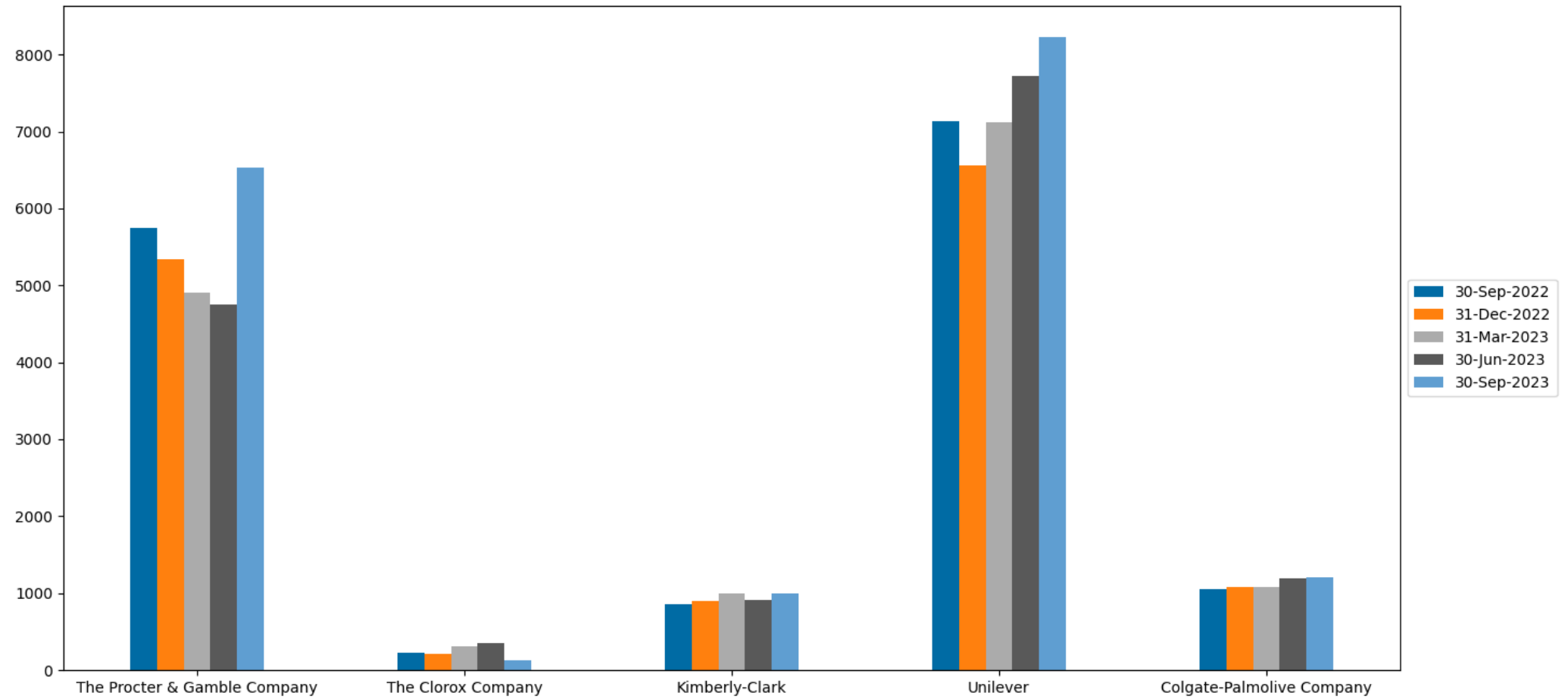
EBITDA

El EBITDA, que significa "Ganancias antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización" en español, es un indicador financiero que mide el rendimiento operativo de una empresa antes de considerar ciertos gastos financieros y factores no operativos. Es una medida importante para evaluar la rentabilidad y la capacidad de generación de efectivo de una empresa, excluyendo el impacto de la estructura de capital y la amortización contable. El EBITDA se utiliza ampliamente en el análisis financiero para comprender la salud financiera y la eficiencia operativa de una empresa.

El EBITDA es una métrica financiera clave que muestra las ganancias de una empresa antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización. Esto proporciona una visión de la rentabilidad operativa sin la influencia de factores financieros y contables. El EBITDA se utiliza para evaluar la eficiencia operativa y la capacidad de generación de efectivo de una empresa, lo que lo convierte en una herramienta valiosa en el análisis financiero y la toma de decisiones empresariales. Sin embargo, es importante considerar otras métricas y contextos financieros al interpretar el EBITDA.



EBITDA (US\$ MILLONES)



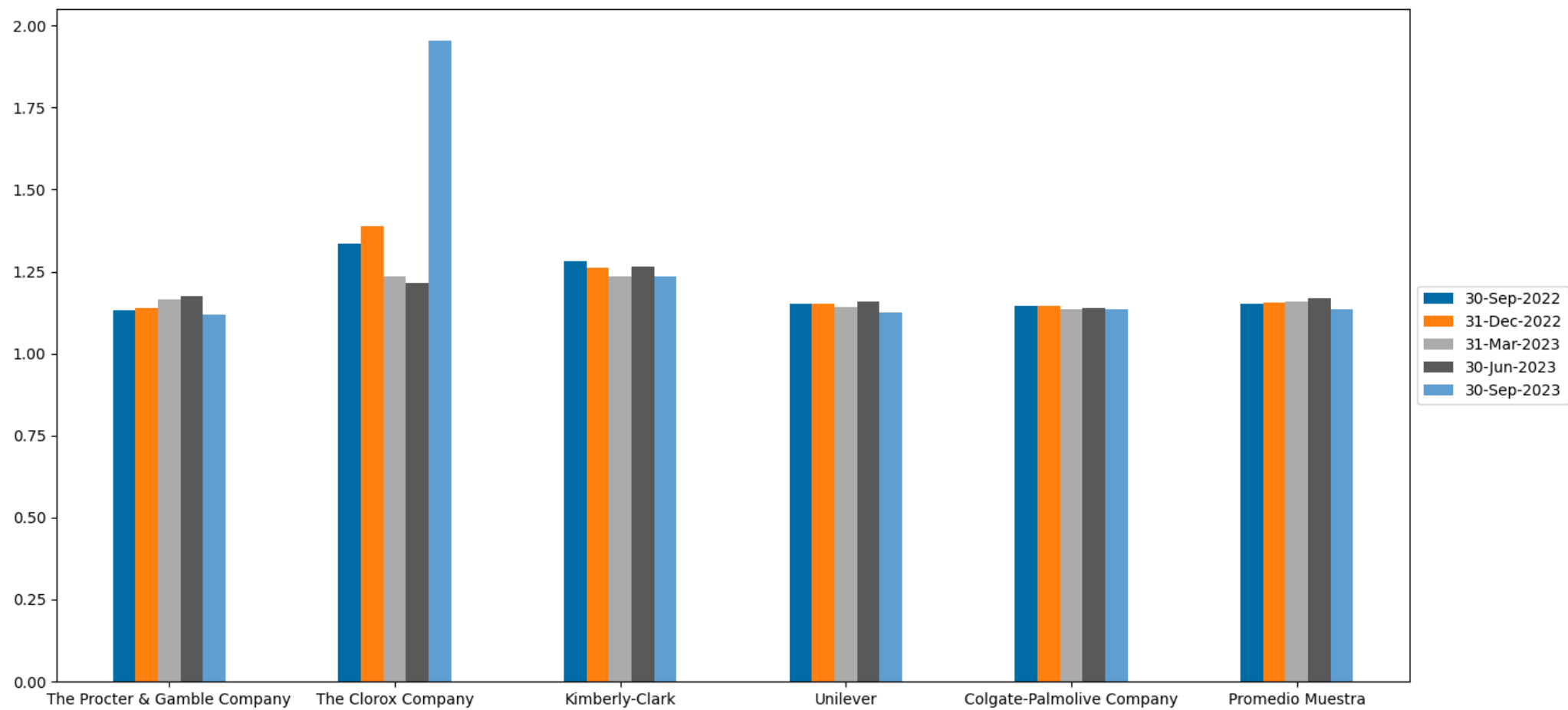
EBITDA A EBIT

La relación entre EBITDA y EBIT compara el EBITDA (Ganancias antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización) con el EBIT (Ganancias antes de Intereses e Impuestos). Esta comparación proporciona información sobre cuánto de las ganancias operativas de una empresa se atribuyen a la depreciación y la amortización. Un valor más alto de EBITDA sobre EBIT sugiere que una parte significativa de las ganancias operativas se destina a cubrir los gastos de depreciación y amortización, lo que puede tener implicaciones contables y financieras.

La comparación entre EBITDA y EBIT es útil para comprender cuánto de las ganancias operativas de una empresa se destina a cubrir los gastos no monetarios, como la depreciación y la amortización. Un EBITDA mucho mayor que el EBIT indica que la empresa tiene gastos de depreciación y amortización significativos en relación con sus ganancias operativas, lo que puede tener implicaciones en la gestión contable y financiera.



EBITDA A EBIT (VECES)

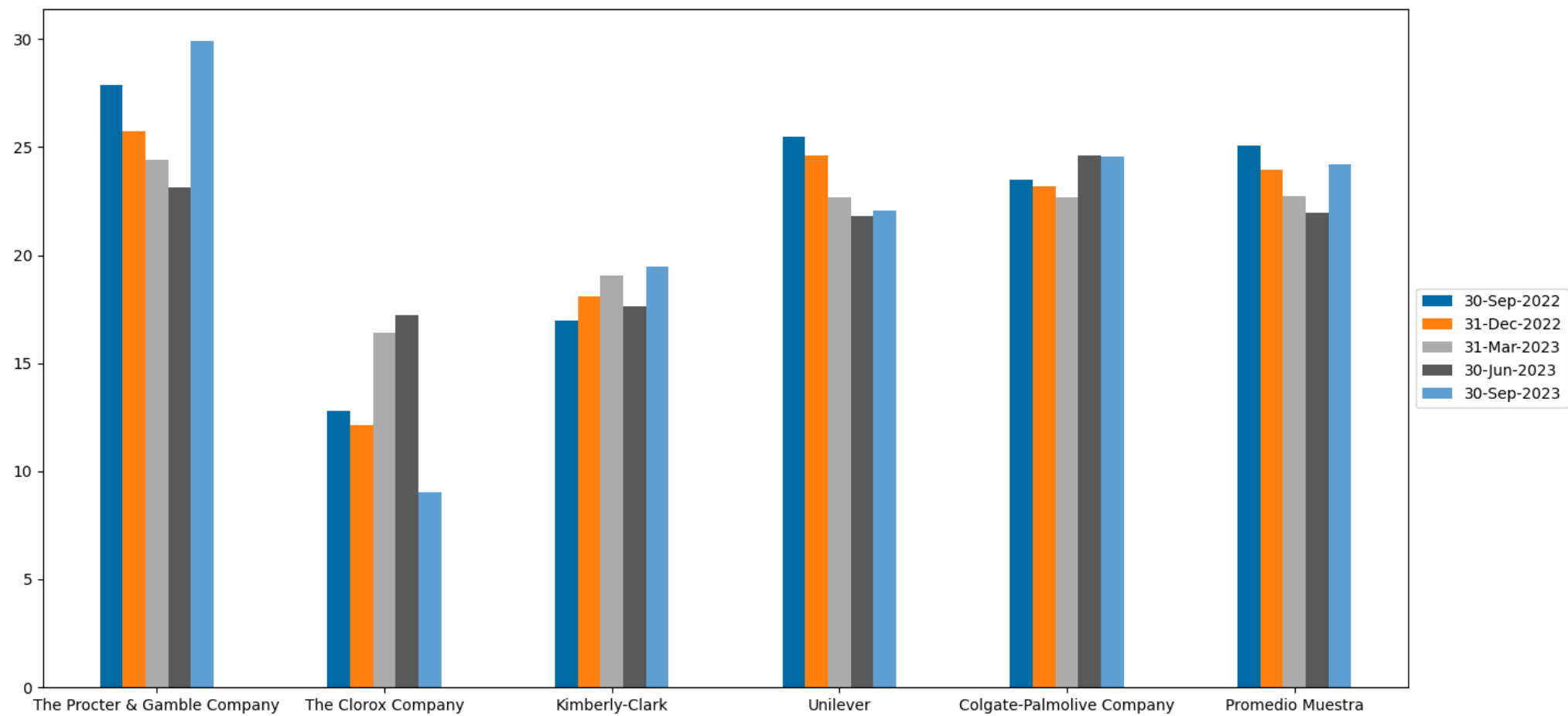


EBITDA A VENTAS

El EBITDA sobre ventas, también conocido como margen de EBITDA, es una métrica financiera que compara el EBITDA (Ganancias antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización) con los ingresos totales de ventas de una empresa. Esta relación indica qué porcentaje de las ventas se traduce en EBITDA, lo que puede reflejar la eficiencia de una empresa en convertir sus ingresos en ganancias operativas antes de ciertos gastos. Un margen de EBITDA más alto generalmente es deseable ya que indica una mayor rentabilidad operativa en relación con las ventas totales.



EBITDA A VENTAS (%)

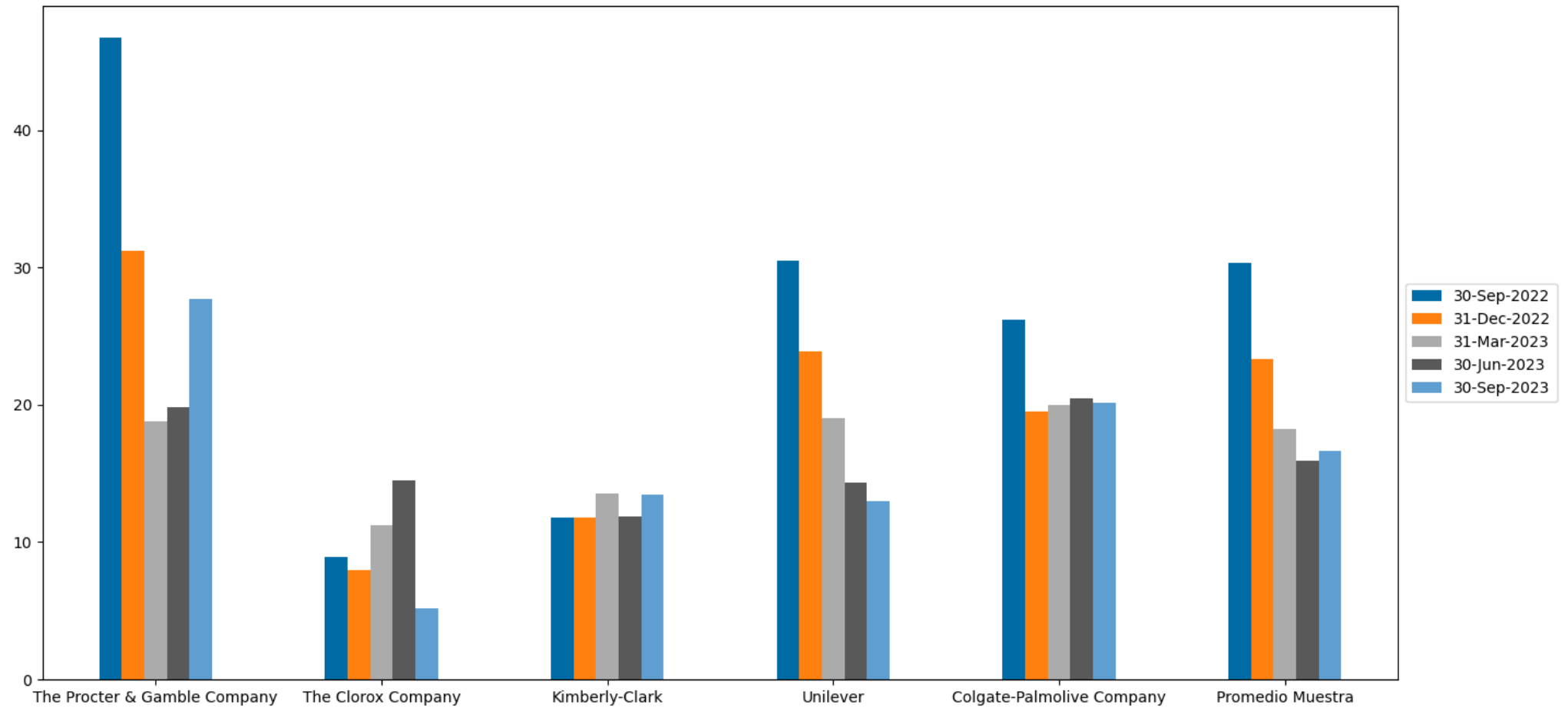


EBITDA A GASTO FINANCIERO

El EBITDA sobre gasto financiero compara el EBITDA (Ganancias antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización) con el gasto financiero de una empresa. Esta relación indica la capacidad de la empresa para cubrir sus costos financieros con sus ganancias operativas antes de intereses e impuestos. Un valor más alto sugiere una mayor capacidad para pagar los intereses y otros gastos financieros con las ganancias operativas, lo que puede ser indicativo de una posición financiera más sólida y una menor dependencia de la deuda para financiar sus operaciones.



EBITDA A GASTO FINANCIERO (VECES)

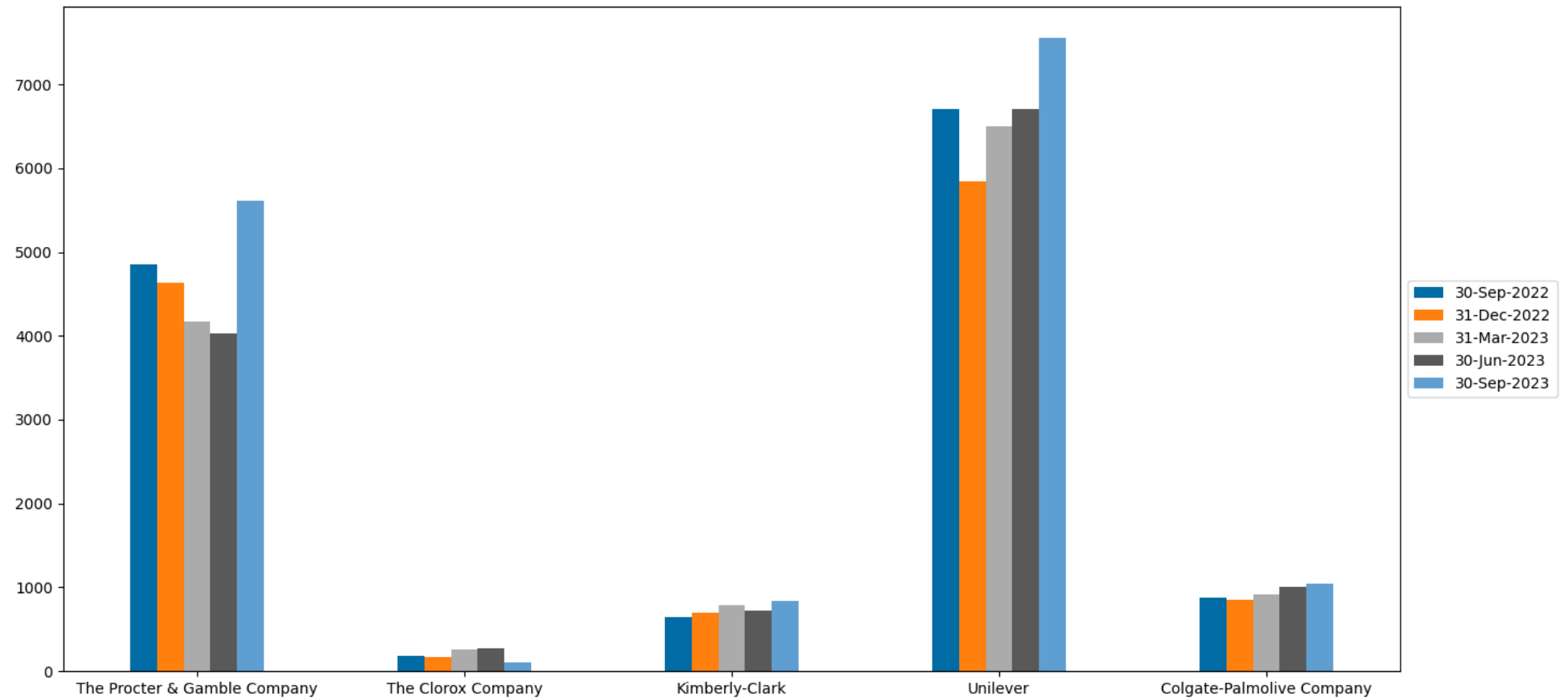


EBITDA DEPURADO A GASTO FINANCIERO

El EBITDA depurado sobre gasto financiero es una métrica que evalúa la capacidad de una empresa para cubrir sus gastos financieros utilizando un EBITDA que ha sido ajustado para eliminar elementos no recurrentes o extraordinarios. Esta relación proporciona una visión más precisa de la capacidad de la empresa para afrontar sus costos de financiamiento sin las distorsiones de eventos no representativos en sus ganancias operativas. Un valor más alto indica una mayor capacidad para pagar los gastos financieros con ganancias operativas sostenibles y puede ser una señal de una posición financiera más sólida.



EBITDA DEPURADO A GASTO FINANCIERO (VECES)

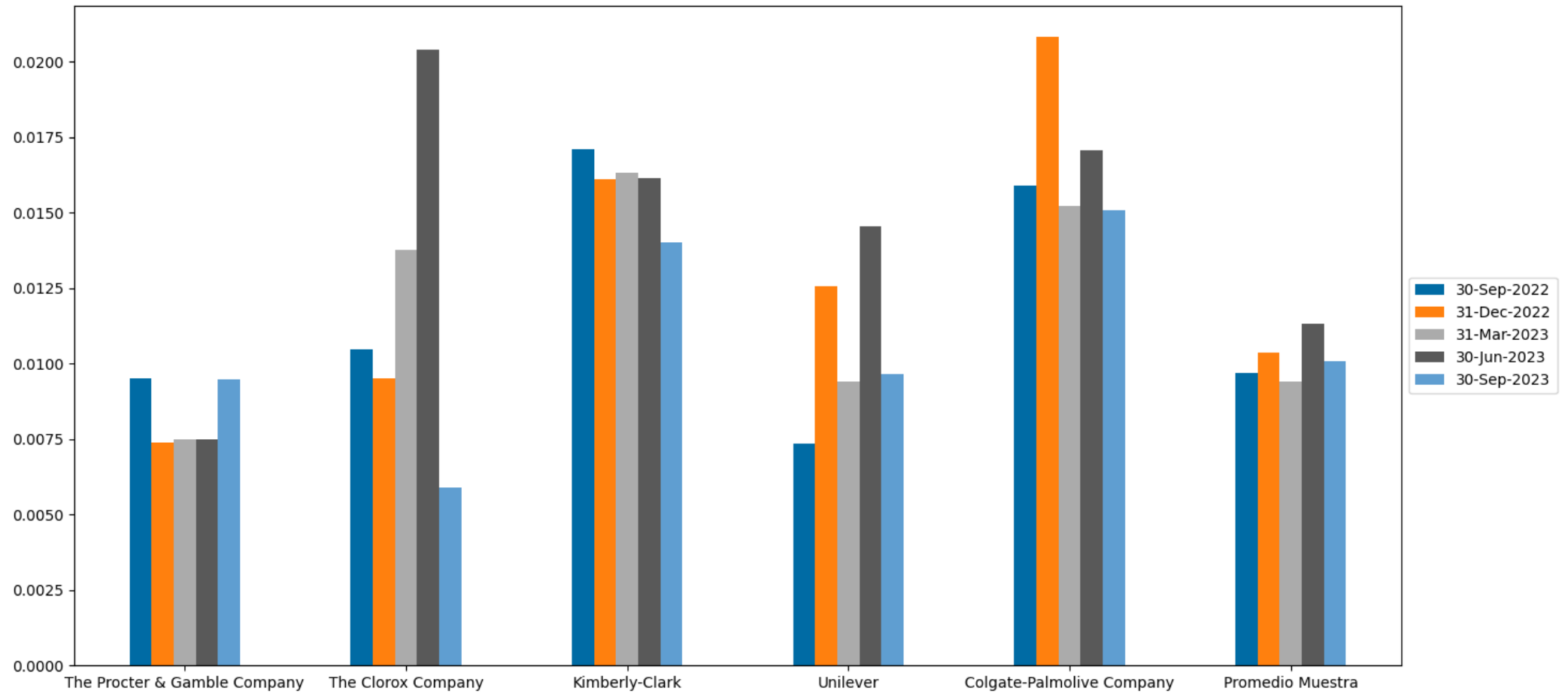


CAPEX SOBRE ACTIVO FIJO

CAPEX sobre activo fijo es una métrica que compara el gasto de capital (CAPEX) de una empresa con el valor total de su activo fijo. Representa la proporción de inversión en activos fijos con respecto a la inversión total en la empresa. Un valor más alto puede indicar un enfoque en la expansión y adquisición de activos fijos, mientras que un valor más bajo puede indicar una menor inversión en activos fijos en relación con otros aspectos del negocio. Esta métrica es importante para evaluar la estrategia de inversión y gestión de activos de una empresa.



CAPEX A ACTIVO FIJO (VECES)

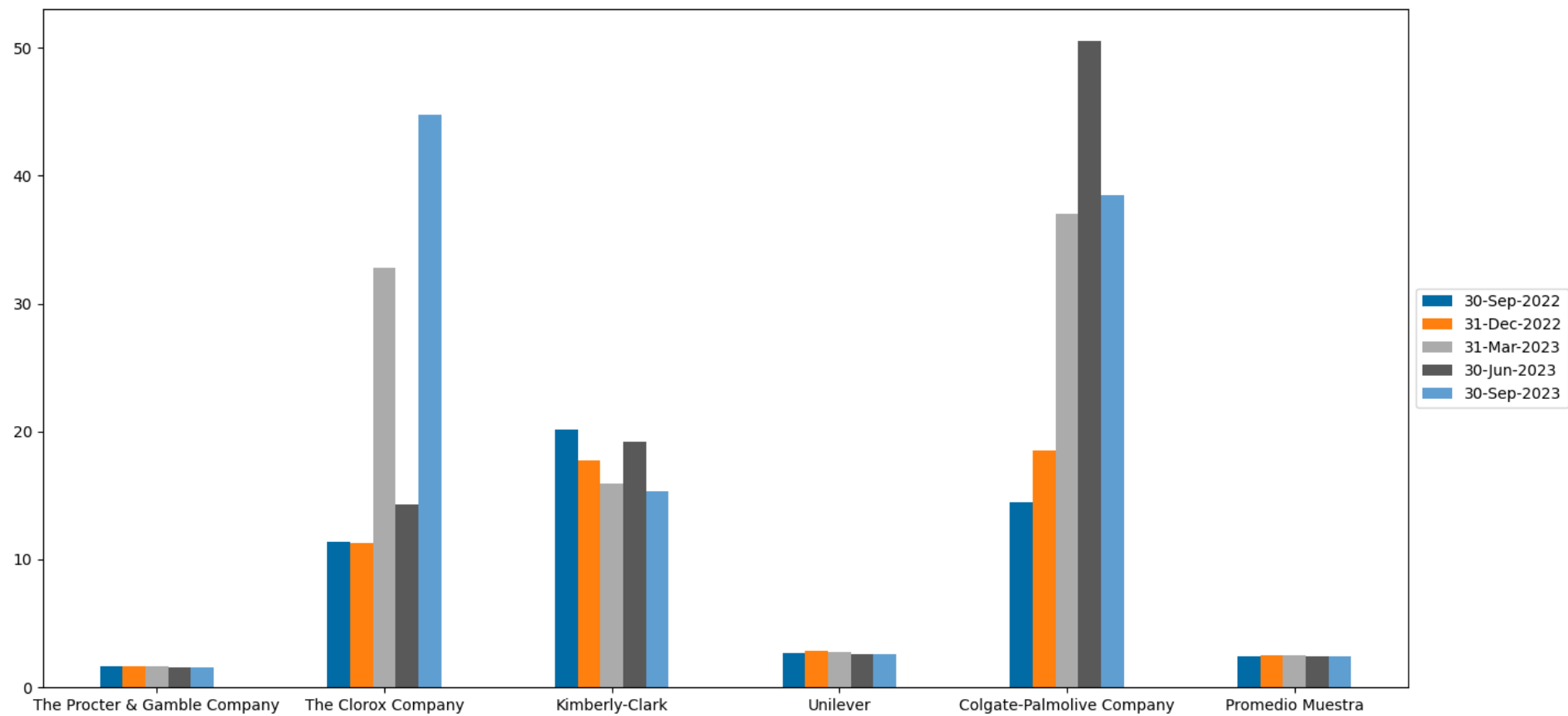


DEUDA TOTAL A PATRIMONIO

La relación de deuda total sobre patrimonio mide la proporción de la deuda total de una empresa en relación con su patrimonio neto. Es una métrica que indica cuánto de los activos de una empresa están financiados por deuda en comparación con los fondos propios de los accionistas. Un valor más alto puede sugerir un mayor riesgo financiero, ya que la empresa depende más de la deuda para financiar sus operaciones, mientras que un valor más bajo indica una menor dependencia de la deuda y una posición financiera más sólida.



DEUDA TOTAL A PATRIMONIO (VECES)

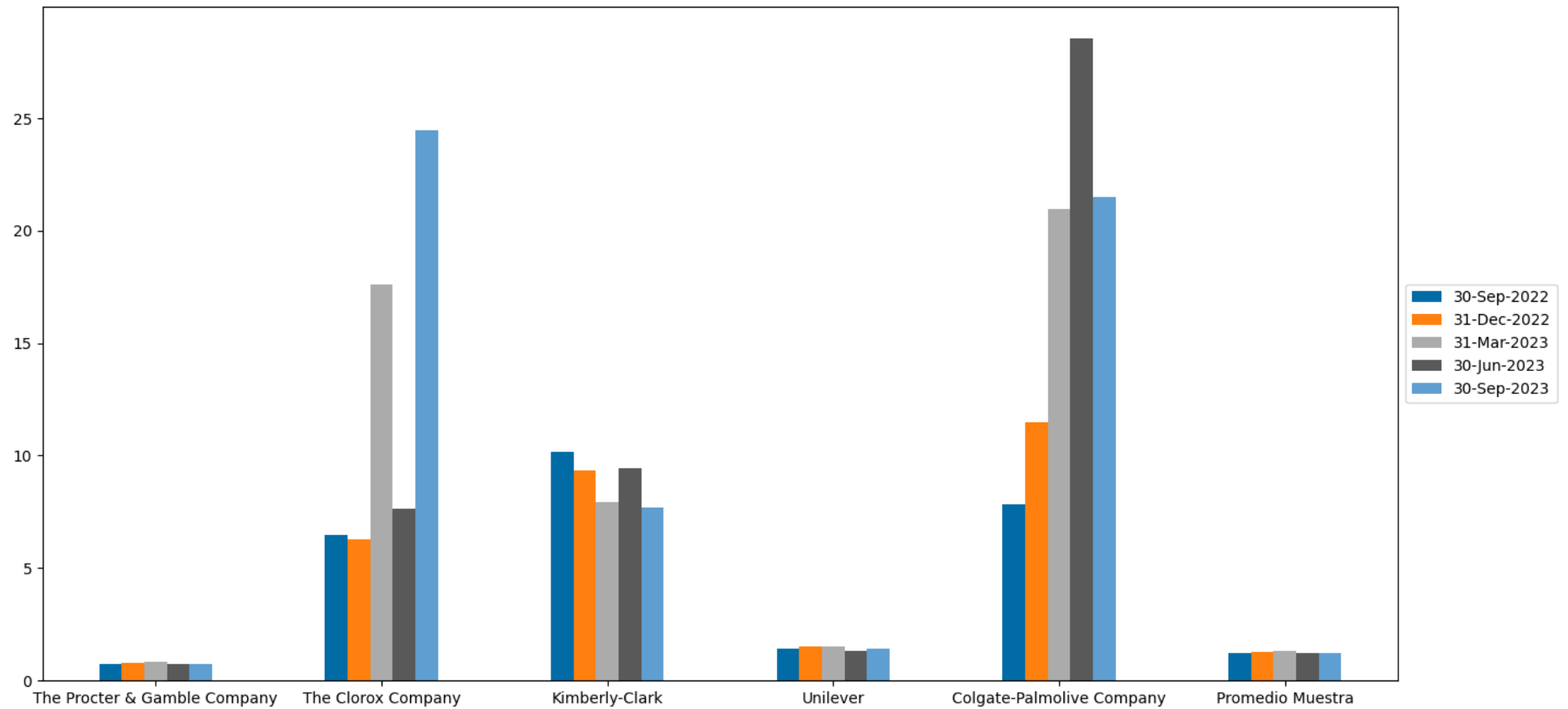


DEUDA FINANCIERA A PATRIMONIO

La relación de deuda financiera sobre patrimonio compara la deuda financiera de una empresa con su patrimonio neto. Es una métrica que indica cuánto de los activos de la empresa están financiados a través de deuda en comparación con el capital propio de los accionistas. Un valor más alto puede indicar un mayor apalancamiento financiero y un mayor riesgo, mientras que un valor más bajo sugiere una menor dependencia de la deuda y una posición financiera más sólida. Esta métrica es importante para evaluar la estructura de capital de una empresa y su capacidad para gestionar la deuda.



DEUDA FINANCIERA A PATRIMONIO (VECES)

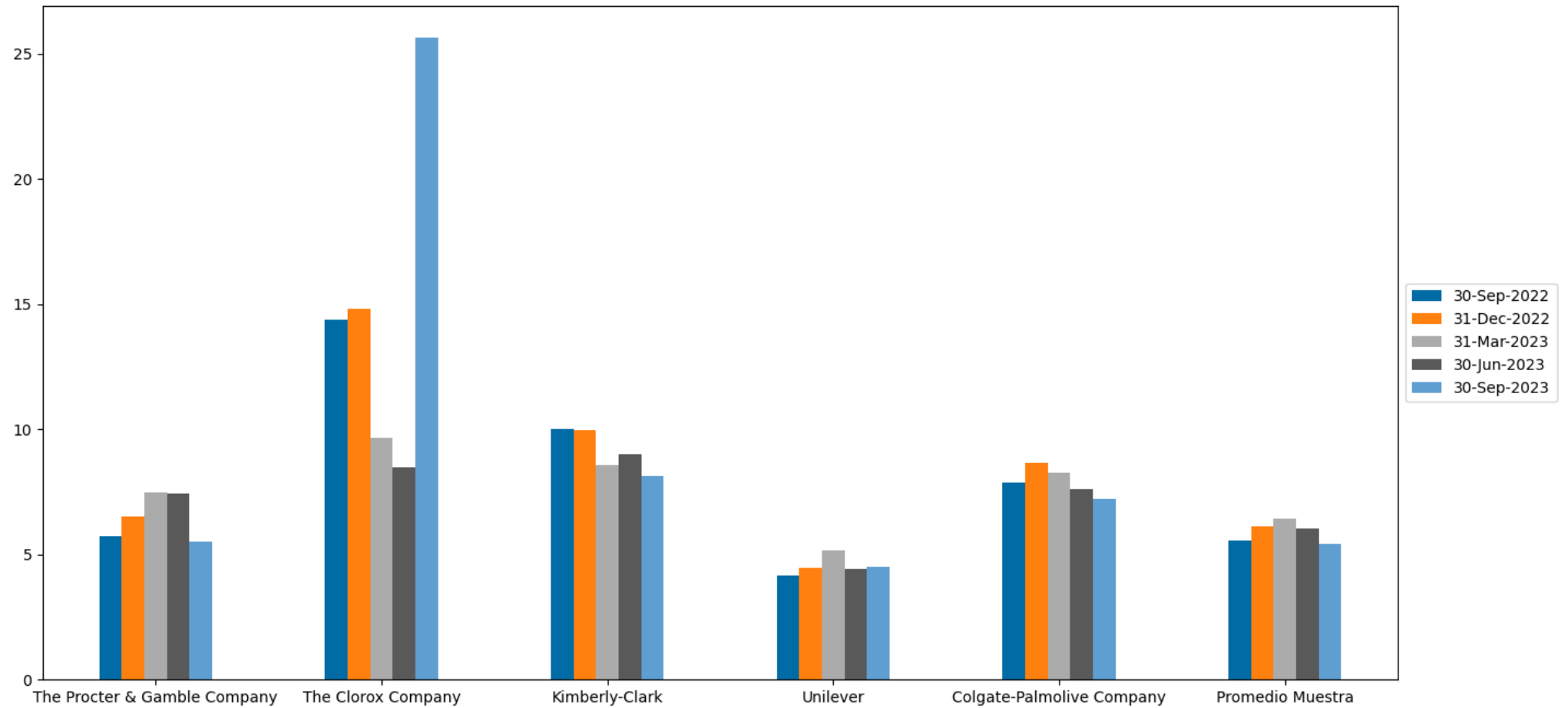


DEUDA FINANCIERA A EBITDA

La relación de deuda financiera sobre EBITDA compara el nivel de deuda financiera de una empresa con su EBITDA (Ganancias antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización). Es una métrica que se utiliza para evaluar la capacidad de la empresa para pagar su deuda con sus ganancias operativas antes de intereses, impuestos y otros gastos no operativos. Un valor más bajo de esta relación generalmente indica una menor carga de deuda y una posición financiera más sólida, mientras que un valor más alto puede indicar una mayor dependencia de la deuda y un mayor riesgo financiero.



DEUDA FINANCIERA A EBITDA (VECES)

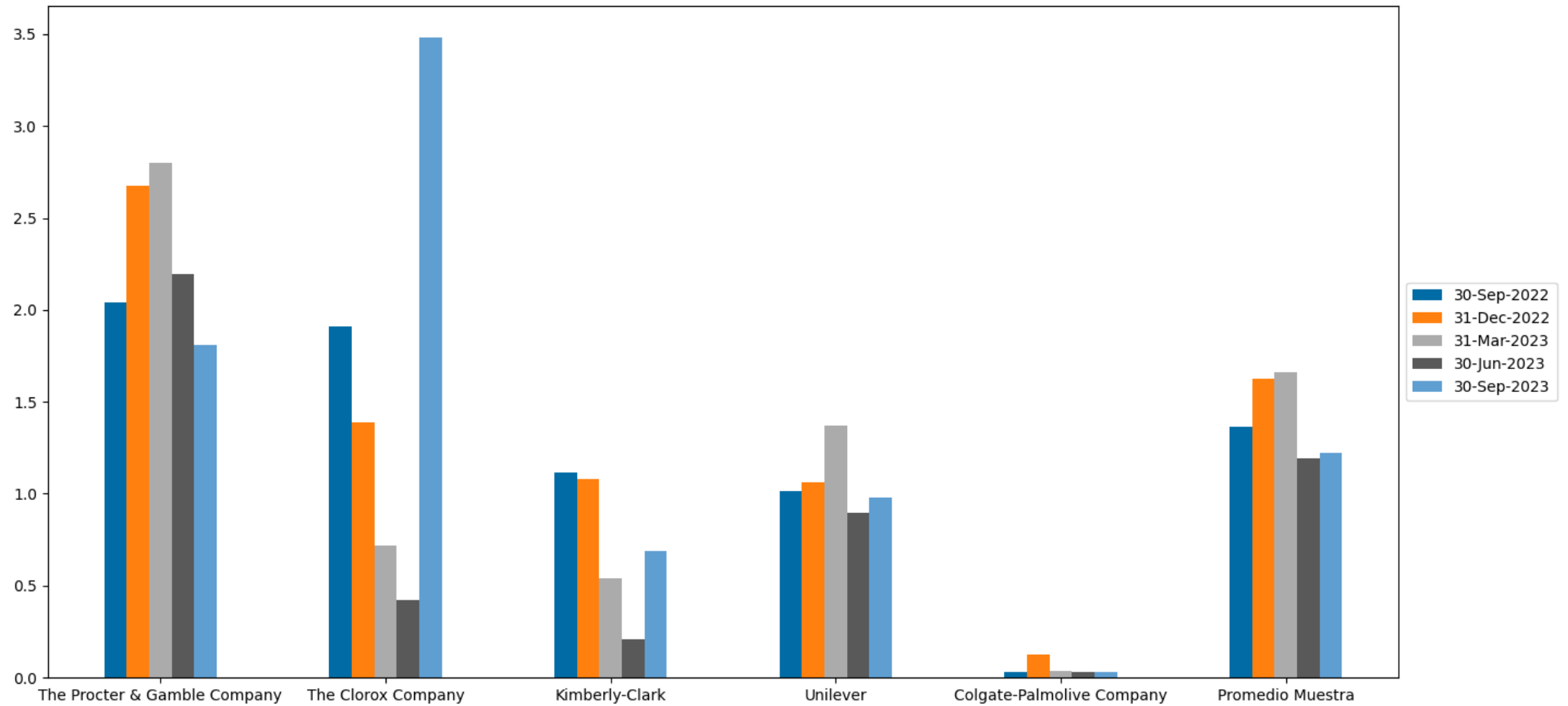


DEUDA FINANCIERA DE CORTO PLAZO SOBRE EBITDA

La relación de deuda financiera de corto plazo sobre EBITDA compara la deuda de corto plazo de una empresa con su EBITDA (Ganancias antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización). Esta métrica muestra cuántas veces el EBITDA puede cubrir la deuda de corto plazo. Un valor bajo indica una capacidad adecuada para hacer frente a la deuda de corto plazo con las ganancias operativas, mientras que un valor alto podría indicar una mayor presión financiera y riesgo. Es importante para evaluar la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones de deuda a corto plazo.



DEUDA FINANCIERA CORTO PLAZO A EBITDA (VECES)

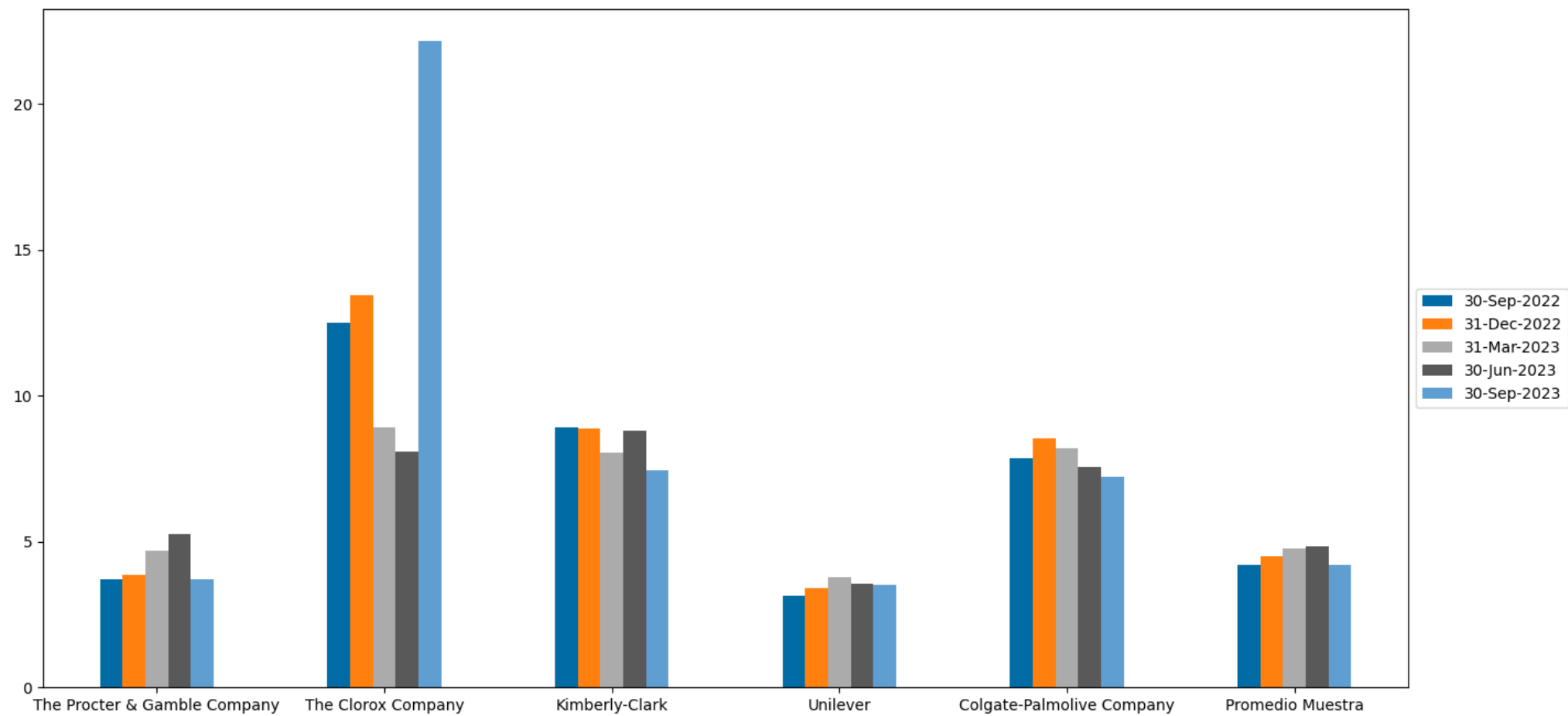


DEUDA FINANCIERA A LARGO PLAZO SOBRE EBITDA

La relación de deuda financiera de largo plazo sobre EBITDA es una métrica financiera que compara la deuda financiera a largo plazo de una empresa con su EBITDA (Ganancias antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización). Esta relación proporciona información sobre cuántas veces el EBITDA puede cubrir la deuda a largo plazo de la empresa. Un valor más bajo indica una capacidad adecuada para hacer frente a la deuda a largo plazo con las ganancias operativas, mientras que un valor alto podría indicar una mayor carga de deuda y un mayor riesgo financiero para la empresa.



DEUDA FINANCIERA LARGO PLAZO A EBITDA (VECES)

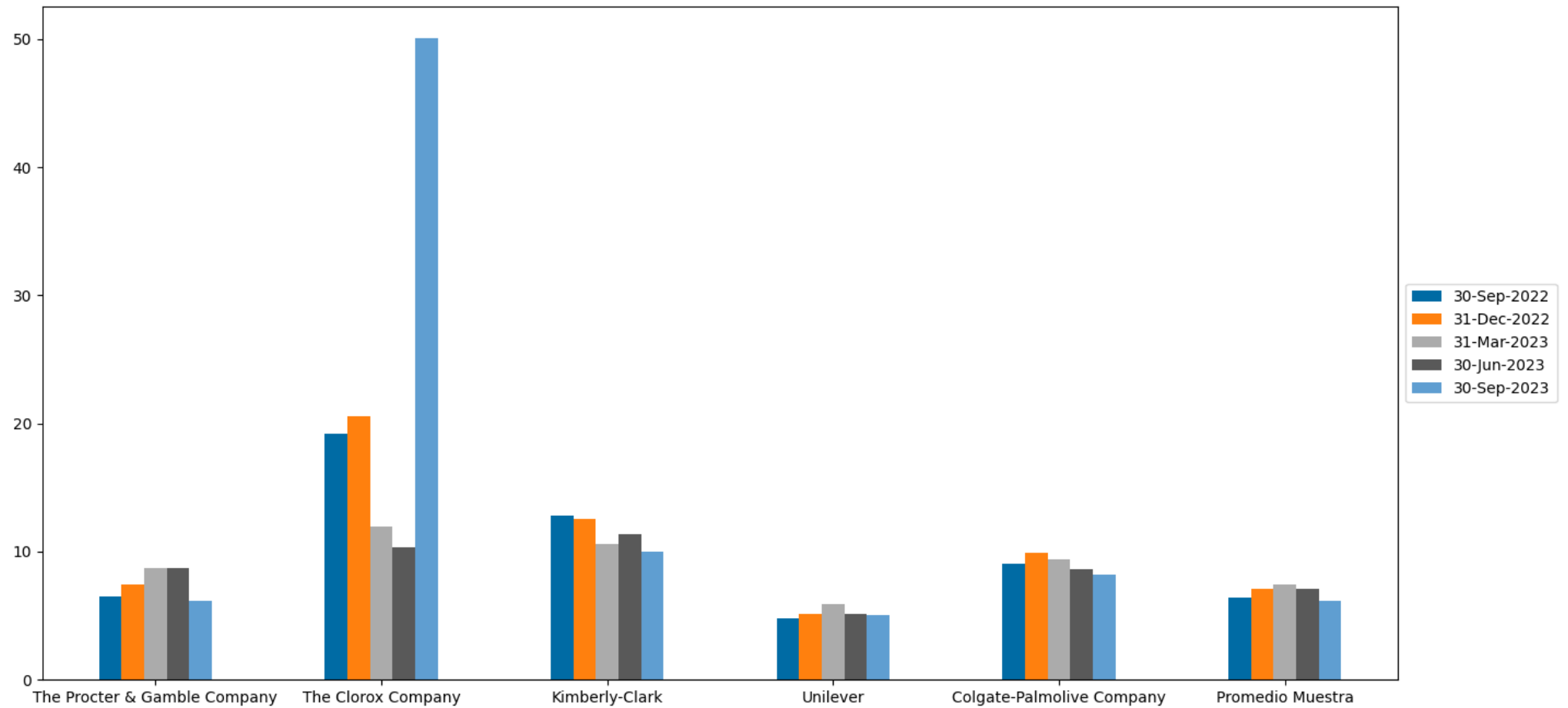


DEUDA FINANCIERA A EBIT

La relación de deuda financiera sobre EBIT compara la deuda financiera total de una empresa con su EBIT (Ganancias antes de Intereses e Impuestos). Esta métrica indica cuántas veces el EBIT puede cubrir la deuda financiera. Un valor más bajo indica una capacidad adecuada para hacer frente a la deuda con las ganancias operativas, mientras que un valor alto podría señalar una mayor carga de deuda y un mayor riesgo financiero. Es importante para evaluar la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de deuda con sus ganancias operativas.



DEUDA FINANCIERA A EBIT (VECES)

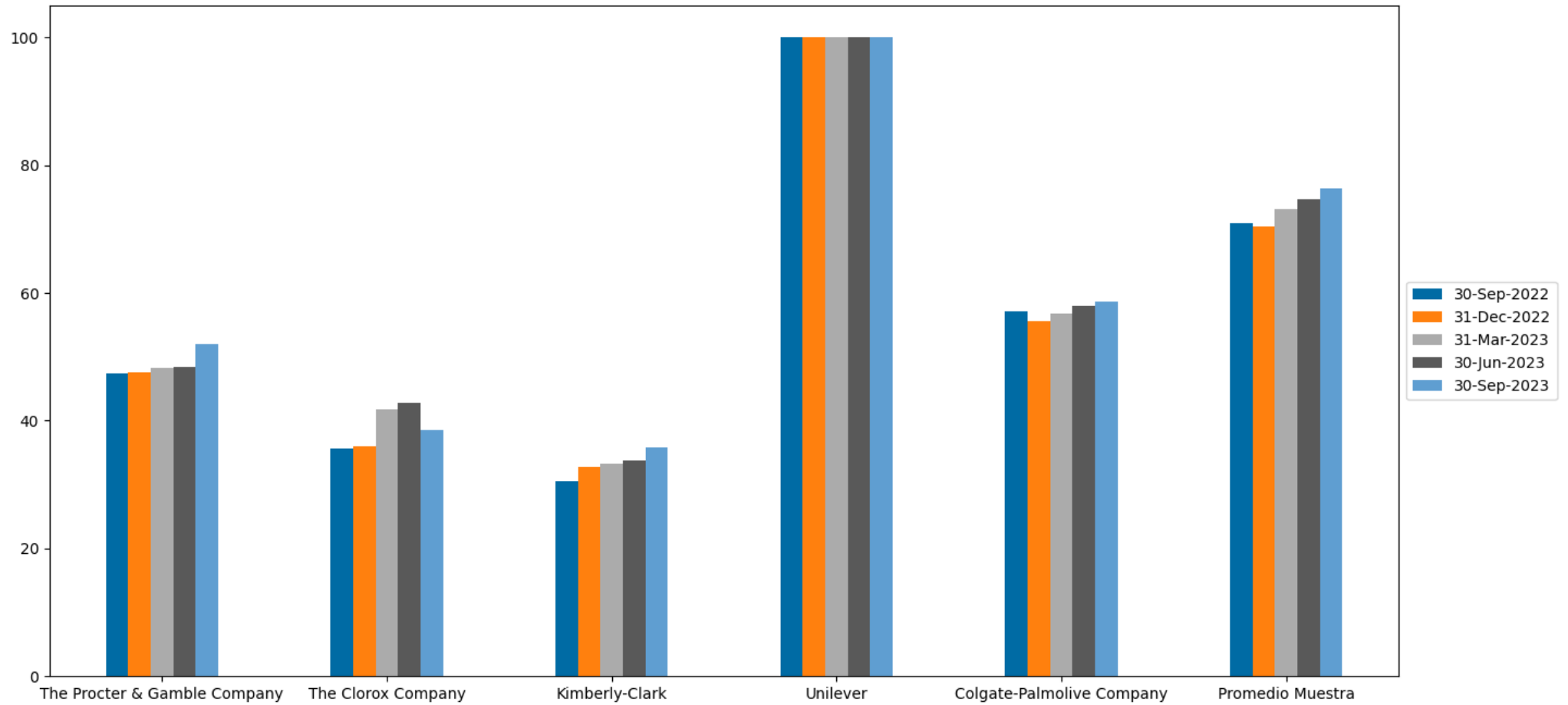


MARGEN BRUTO

El margen bruto es una métrica financiera que representa la diferencia entre los ingresos por ventas y el costo de los bienes vendidos (COGS) expresada como un porcentaje de los ingresos. Muestra la rentabilidad de una empresa antes de considerar los gastos operativos y financieros. Un margen bruto más alto indica una mayor eficiencia en la producción y una mayor rentabilidad en la venta de productos o servicios. Es una métrica importante para evaluar la viabilidad de un negocio y su capacidad para cubrir costos variables y generar utilidades.



MARGEN BRUTO (%)

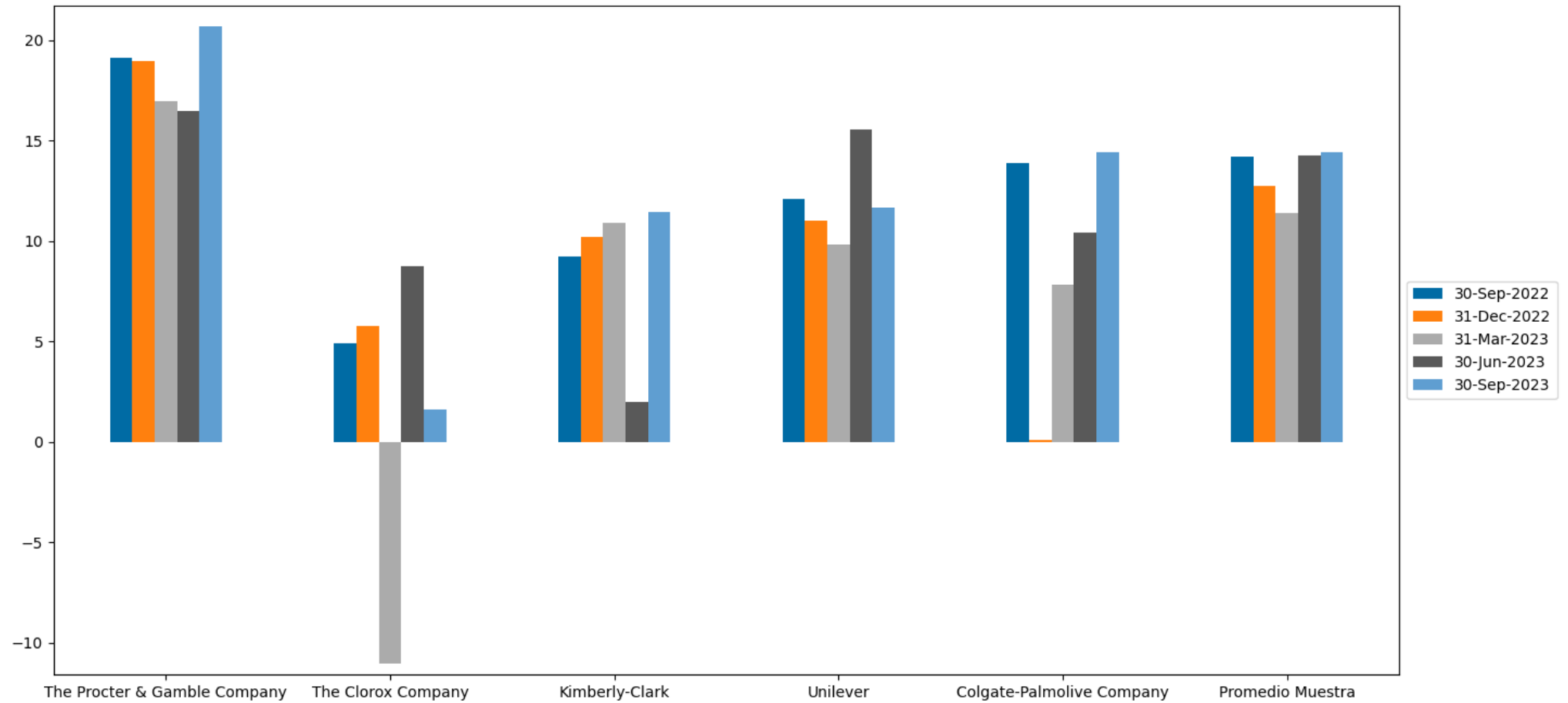


MARGEN NETO

El margen neto es una métrica financiera que representa la rentabilidad de una empresa al calcular las ganancias netas (después de impuestos y otros gastos) como un porcentaje de los ingresos totales. Mide la eficiencia general de la empresa en la gestión de sus costos y gastos operativos. Un margen neto más alto indica una mayor rentabilidad en relación con los ingresos, lo que es deseable para una empresa, ya que significa que retiene una mayor proporción de sus ingresos como ganancias.



MARGEN NETO (%)

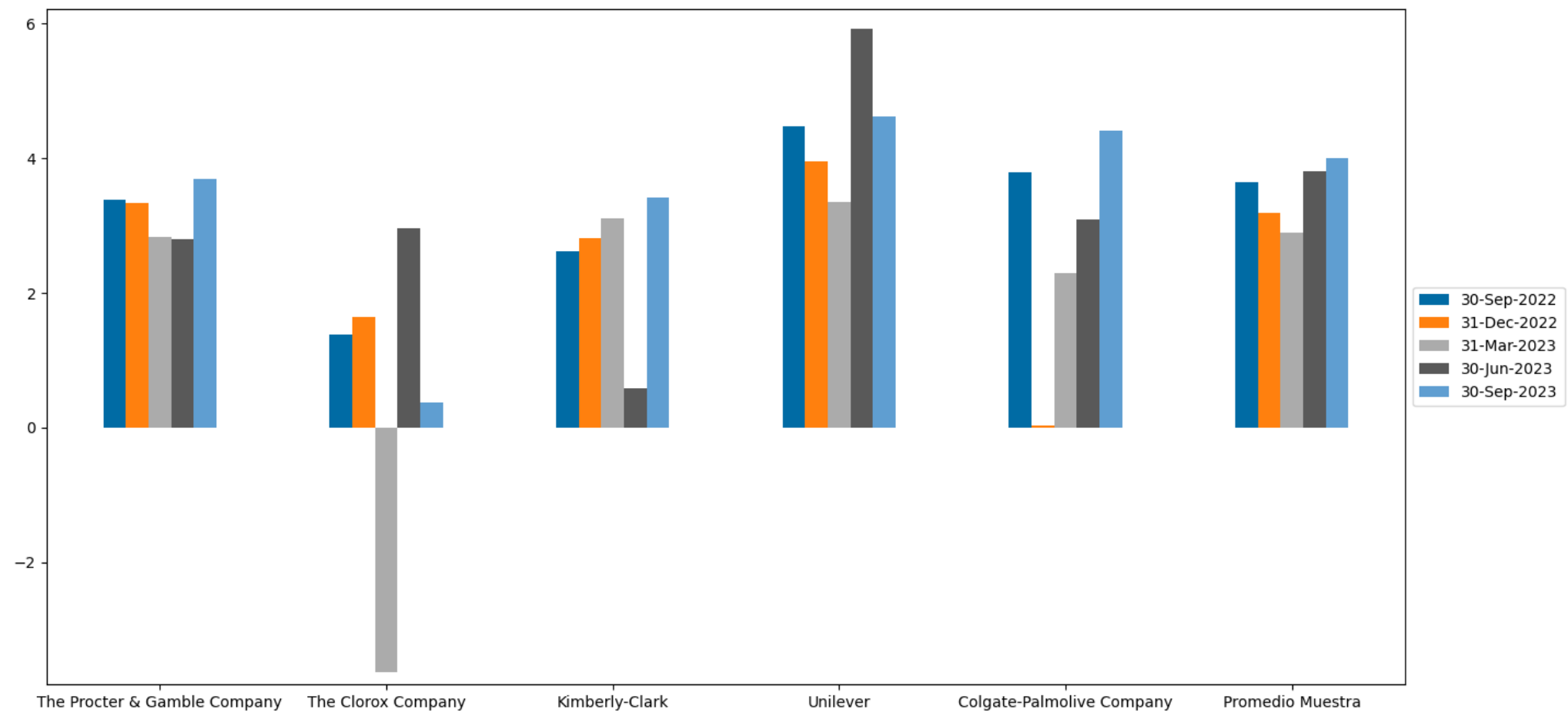


RENTABILIDAD SOBRE ACTIVO TOTAL

La rentabilidad sobre activo total es una métrica financiera que evalúa la eficiencia de una empresa en la generación de ganancias en relación con sus activos totales. Se calcula dividiendo las ganancias netas entre los activos totales. Un valor más alto indica una mayor capacidad de la empresa para generar ganancias con sus activos, lo que es positivo para los inversores y accionistas, ya que demuestra una gestión eficiente de los recursos financieros y de activos.



RENTABILIDAD SOBRE ACTIVO TOTAL – ROA - (%)

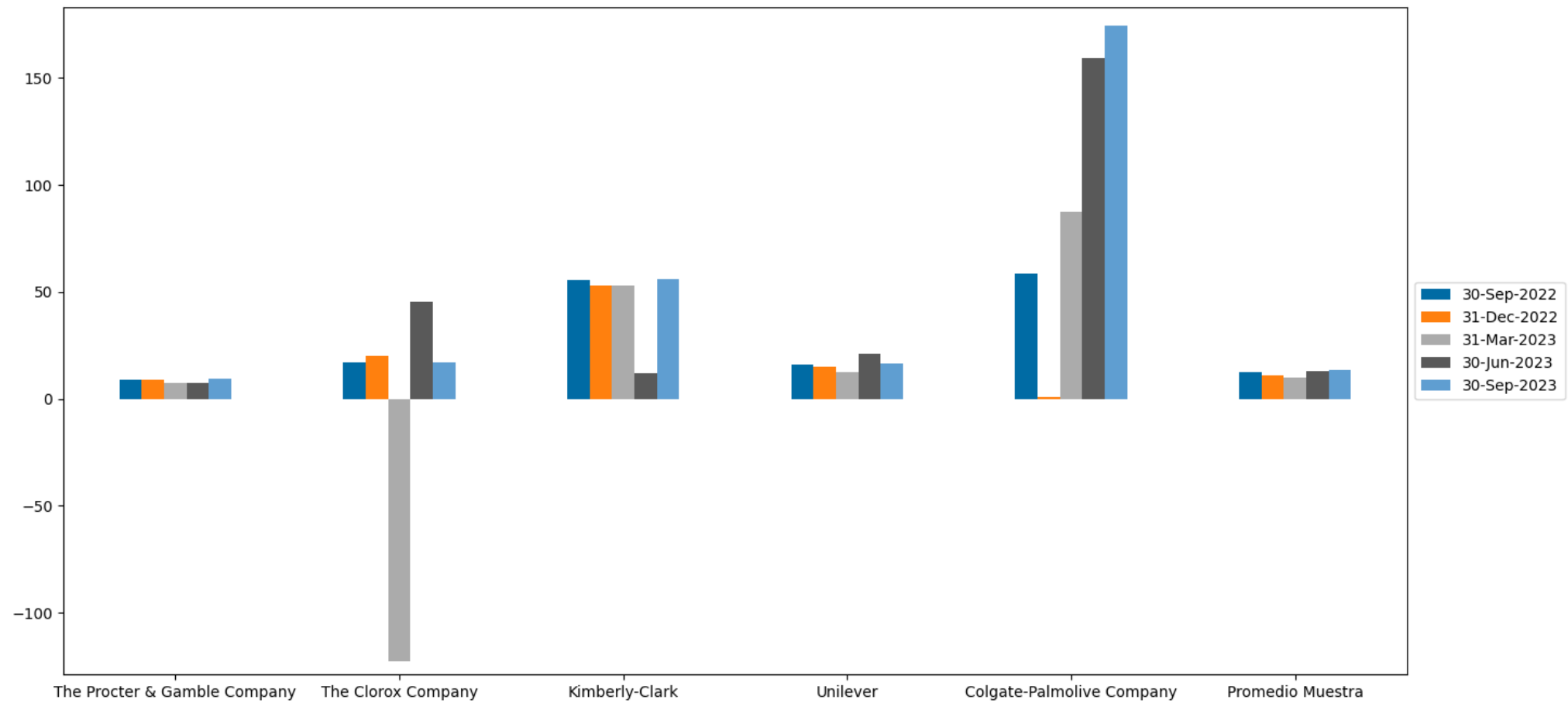


RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO

La rentabilidad sobre el patrimonio neto es una métrica financiera que evalúa la capacidad de una empresa para generar ganancias en relación con el capital aportado por los accionistas. Se calcula dividiendo las ganancias netas entre el patrimonio neto. Un valor más alto indica una mayor eficiencia en la utilización del capital de los accionistas para generar ganancias, lo que es positivo ya que demuestra la capacidad de la empresa para crear valor para sus inversores.



RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO – ROE - (%)



Acerca de ESAN y ZUMMA LC&S.

ESAN fue fundada el 25 de julio de 1963 como parte de un acuerdo entre los gobiernos de Estados Unidos y Perú. Su puesta en marcha e implementación fue confiada a la Escuela de Negocios para Graduados de la Universidad de Stanford, convirtiéndose en la primera escuela de negocios para graduados en el mundo de habla hispana. Con sus 60 años de labor académica, ESAN Graduate School of Business ofrece programas como el Doctoral Program in Business Administration; el Master in Business Administration - MBA; 13 Maestrías Especializadas divididas en 8 maestrías de las áreas funcionales de la empresa y 5 de los principales sectores económicos; así como sus programas de Educación Ejecutiva, que comprende programas de alta especialización de un año hasta programas de aplicación inmediata de dos meses, cursos y seminarios cortos; en adición se ofrecen programas cerrados para empresas y sector público. En la actualidad, la revista América Economía clasificó a nuestra escuela como la N°1 en Perú y TOP 5 entre las mejores escuelas de América Latina; QS Global MBA Rankings 2020 elaborado por Quacquarelli Symonds (QS), compañía británica especializada en el mercado internacional de educación superior, colocó a ESAN como la N°1 y TOP 3 entre las escuelas de negocios en Latinoamérica, además de obtener el primer puesto en retorno de la inversión; Financial Times clasificó a ESAN como la escuela N° 1 en Perú y N° 7 en Latinoamérica. ESAN también ha logrado acreditaciones internacionales como AACSB y AMBA; membresías internacionales EFMD, NIBES, CLADEA, PIM, PRME y UNICON.

ZUMMA LC&S inició operaciones el 3 de enero de 2023 constituyéndose en la primera institución en Centroamérica dedicada a la Formación Ejecutiva y Consultoría especializada en gestión de riesgos para el sector corporativo y sistema financiero (banca – seguros – pensiones – fondos de inversión), finanzas corporativas, estándares de contabilidad internacional (NIIF), así como gestión y diseño de procesos, entre otros temas relacionados con la administración de riesgos integrales. Los accionistas de ZUMMA LC&S cuentan con más de 25 años de experiencia en el Desarrollo del mercado de capitales en Perú y Centroamérica lo que otorga a ZUMMA LC&S de credibilidad, confianza en que el Desarrollo de los cursos, seminarios y consultorías se realizan cuidando el mejor estándar desde el proceso de diseño de las áreas a dictarse, la selección de catedráticos que reúnan experiencia en los principales mercados, así como se integren a los valores de ZUMMA LC&S, es decir, generar, compartir conocimiento y que el valor académico-profesional aportado a los participantes se encuentre por sobre la media de la región. Nuestro propósito es convertirnos en la mejor escuela de negocios de América.



Financial Benchmark+, es un producto de Zumma LC&S desarrollado con información económica, comercial, financiera de carácter público proveniente de las diferentes empresas e instituciones que generan datos en el mercado internacional.

Del mismo modo Zumma LC&S viene trabajando con software de Inteligencia Artificial, por lo que en dado caso se incluya información (IA) será señalado.

Atentamente.
Carlos Pastor.



Simbolo utilizado cuando la data es obtenida mediante software de IA.



Conozca
nuestros
próximos
seminarios,
ingresando a
la página
web.

LEARNING

INICIAR

CONSULTING & SUSTAINABILITY

INICIAR

SECTORIALES

INICIAR

Alianza Comercial Estratégica para Centroamérica.



(*) ESAN Graduate School of Business es la 7ma mejor Escuela de Negocios en América Latina, de acuerdo al ranking de Financial Times.

Enero 2024 – Documento LXXVI



FINANCIAL BENCHMARK+: PRODUCTOS PARA EL HOGAR Y PERSONALES TERCER TRIMESTRE 2023_Y GLOSARIO DE RATIOS