

INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA

TEMA 3:

OBJETIVOS DE LA EMPRESA



ÍNDICE

3.1.- EL OBJETIVO DE LA EMPRESA Y SUS AGENTES.

3.1.1.- EL OBJETIVO TRADICIONAL: MAX. EL BENEFICIO.

3.1.2.- SEPARACIÓN PROPIEDAD-CONTROL.

3.1.3.- ENFOQUE ORGANIZATIVO.

3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO.

3.3.- ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN DE LA EMPRESA.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

CUERVO, A. (Dtor.) (2004): “Introducción a la Administración de Empresas”, Civitas, Madrid.



3.1.- EL OBJETIVO DE LA EMPRESA Y SUS AGENTES

3.1.1.- EL OBJETIVO TRADICIONAL: MAX. EL BENEFICIO

- **Teoría Neoclásica**

La empresa es una unidad técnico económica de producción.

Unidad técnica: Transforma bienes en productos o servicios.

Unidad económica: Esa transformación se realiza añadiendo valor.

Es una teoría más de mercados que sobre empresas, se ignora a esta última.

- Objetivo de la empresa = objetivo del empresario: **MAXIMIZAR BENEFICIOS**



3.1.1.- EL OBJETIVO TRADICIONAL: MAX. EL BENEFICIO

- **La maximización del B° tiene una serie de críticas:**
 - Concepto de B° y su imprecisión.
B° Contable = Ingresos – Gastos. —————→ Estático.
B° Económico = V. Mdo t – V. Mdo t-1. —————→ Dinámico.
 - No considera riesgos asociados para la obtención de ese B°.
 - Noción de maximizar. En la realidad la *información es imperfecta* y los agentes tienen *capacidad limitada*, se sustituye el concepto de maximizar el B° por el de *satisfacción*.
 - Separación entre propiedad y control.
Accionistas —————→ Maximizar B°
Directivos —————→ Objetivos monetarios y no monetarios



3.1.1.- EL OBJETIVO TRADICIONAL: MAX. EL BENEFICIO

- El objetivo de la maximización de B^o sólo es válido bajo los supuestos de la T^o Neoclásica.

	Teoría Neoclásica	Realidad
•Racionalidad de los agentes	Ilimitada	Limitada
•Entorno	Estático y viene dado	Cambiante y complejo
•Actitud de la empresa ante el entorno	Pasiva	Activa
•Información disponible	Perfecta	Imperfecta
•Incertidumbre	No Existe	Existe
•Objetivo Propiedad accionistas	Maximizar el B^o	Maximizar su riqueza

Con gastos de I+D	1ºAño	2ºAño	3ºAño	4ºAño	5ºAño	6ºAño
Cobros	100	100	100	100	130	130
Pagos	60	60	60	60	60	60
Pagos I+D	0	0	10	10	10	10
Flujo de caja = C-P	40	40	30	30	60	60

$i = 7\%$ Van con gastos de I+D = 216.63 u.m.



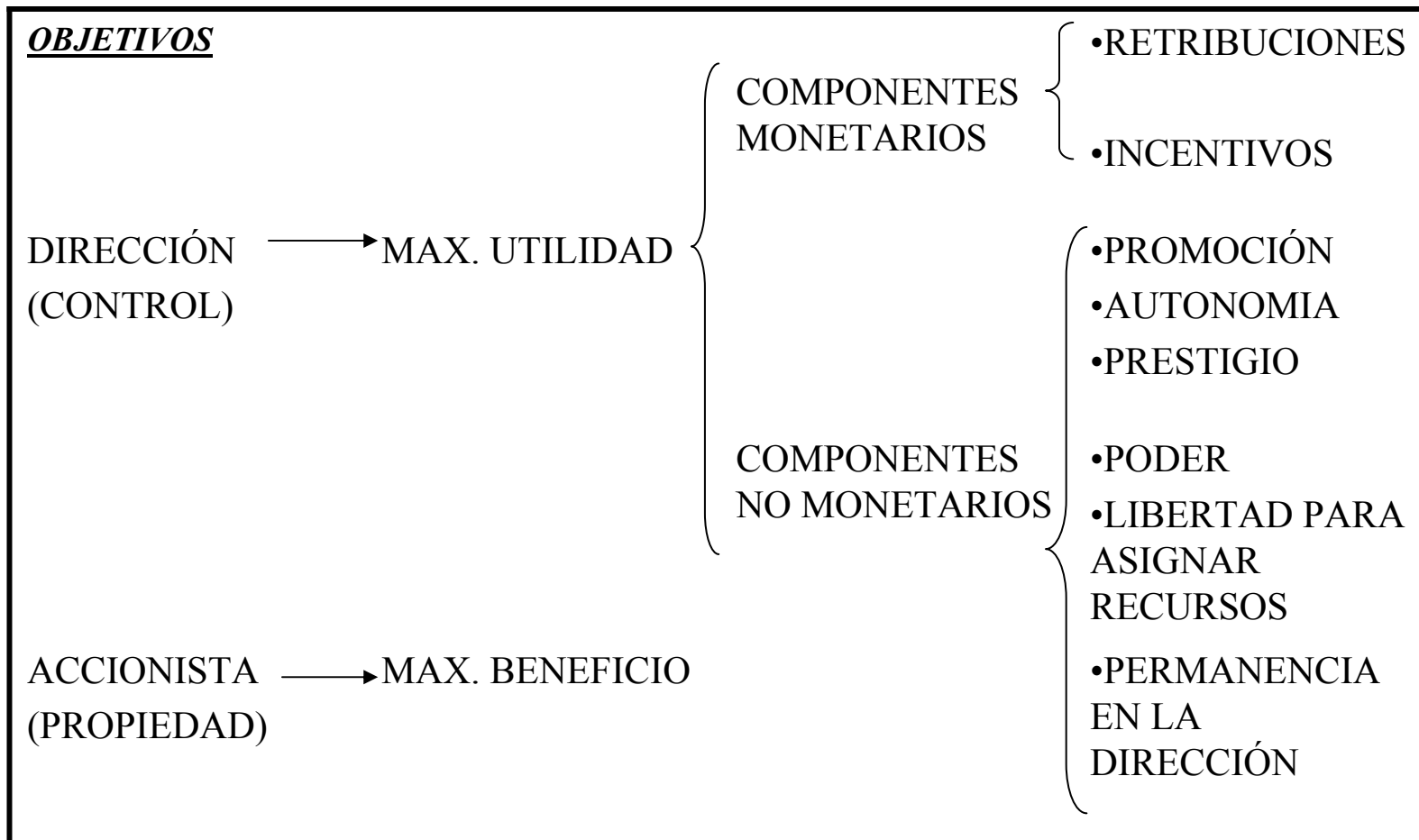
3.1.- EL OBJETIVO DE LA EMPRESA Y SUS AGENTES

3.1.2.- SEPARACIÓN PROPIEDAD-CONTROL

- La S.A. permite la entrada de gran número de pequeños accionistas.
- La empresa es gestionada por directivos profesionales.
- **Objetivo: no único** por la diversidad de intereses: accionista (Max. B^o); directivos (max. su utilidad).



3.1.2.- SEPARACIÓN PROPIEDAD-CONTROL





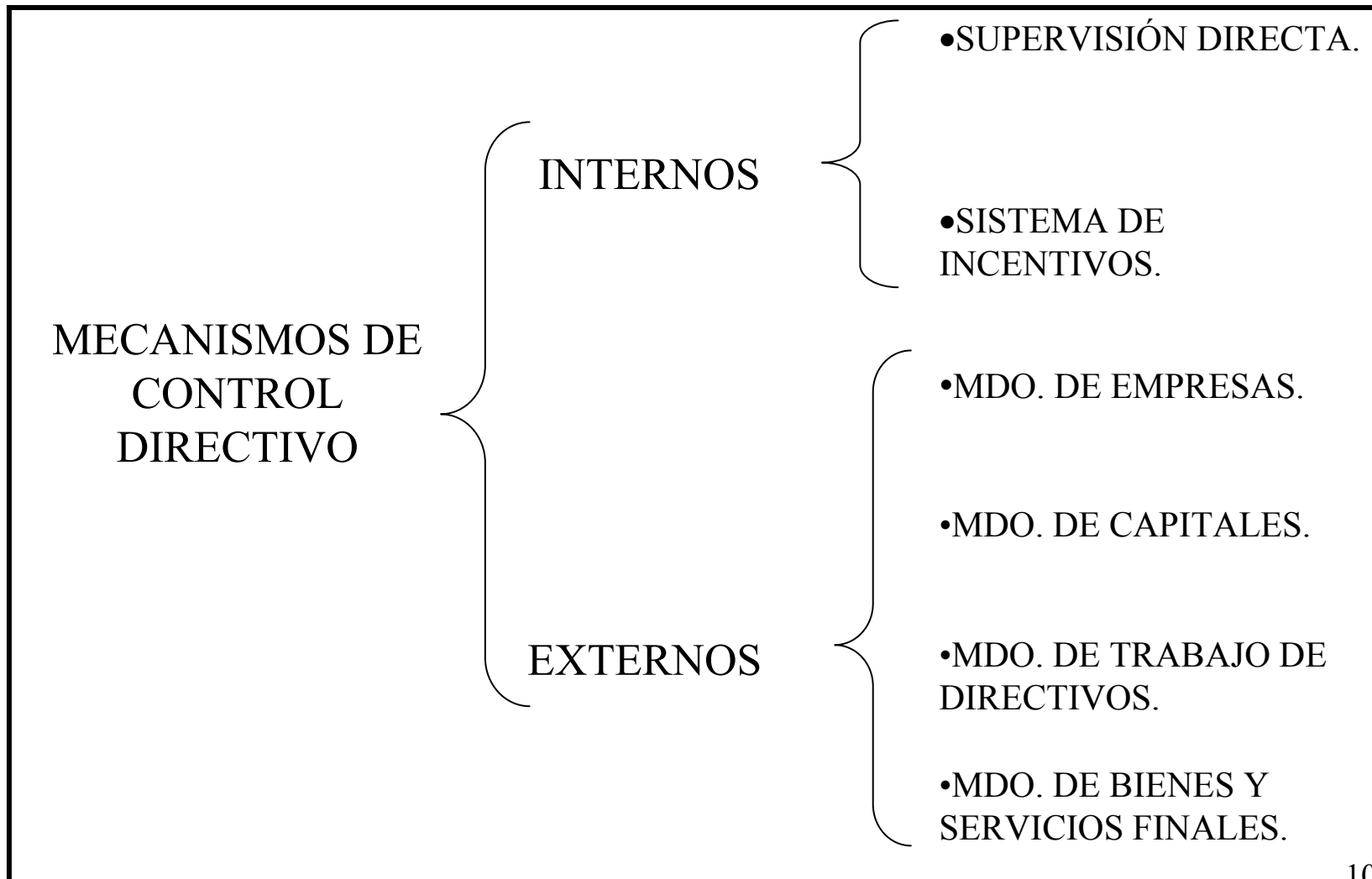
3.1.2.- SEPARACIÓN PROPIEDAD-CONTROL

- **DISCRECIONALIDAD DIRECTIVA Y CONTRATO DE AGENCIA.**

- Los directivos actúan en condiciones de asimetría informativa.
- Gozan de una gran *discreción* para conseguir sus objetivos y evitar el control de la propiedad.
- Los objetivos de la propiedad pueden ser sustituidos por objetivos más próximos a la dirección.
 - Crecimiento empresarial para generar recursos suficientes con el fin de ser independiente con respecto al Mdo. De Capitales.
 - Diversificación.



3.1.2.- SEPARACIÓN PROPIEDAD-CONTROL





3.1.2.- SEPARACIÓN PROPIEDAD-CONTROL

A. Mecanismos Internos de Control. Tienen su origen en la propia empresa.

A.1. La Supervisión Directa.

- Control del Consejo de Administración.
- Control de la Junta General de Accionistas.
- Contratación de Consultores o Auditores externos.

A.2. Sistemas de Incentivos.

Consiste en vincular las retribuciones del directivo con una variable que refleje el objetivo de la creación de valor.

Salario del directivo = Salario fijo + Incentivos.



3.1.2.- SEPARACIÓN PROPIEDAD-CONTROL

B. Mecanismos Externos de Control. Tienen su origen en factores ajenos a la propia empresa.

B.1. Mercado de Empresas.

Si la empresa obtiene peores resultados de los que potencialmente podría obtener, empresarios externos (**raiders**) pueden decidir comprar la empresa y reemplazar su dirección.

B.2. Mercado de Capitales.

Si el valor de las acciones cae en bolsa por una mala gestión, se favorece las operaciones de cambio de propiedad a través de una **OPA (Oferta Pública de Adquisición)**. Lo que afecta a la supervivencia de la dirección.



3.1.2.- SEPARACIÓN PROPIEDAD-CONTROL

B.3. Mercado de Trabajo de los Directivos.

Los directivos serán evaluados en virtud del logro de los objetivos (maximizar el valor de la empresa).

En la realidad la valoración de los directivos dependen de otros factores como la imagen pública, popularidad,azar...

Además existen los Golden Parachutes que son indemnizaciones en caso de despido.

B.4. Mercado de Bienes y Servicios Finales.

Solo funciona este mecanismo si el mercado es de competencia perfecta ya que la única opción es la asignación optima de sus recursos para maximizar el valor de la empresa.

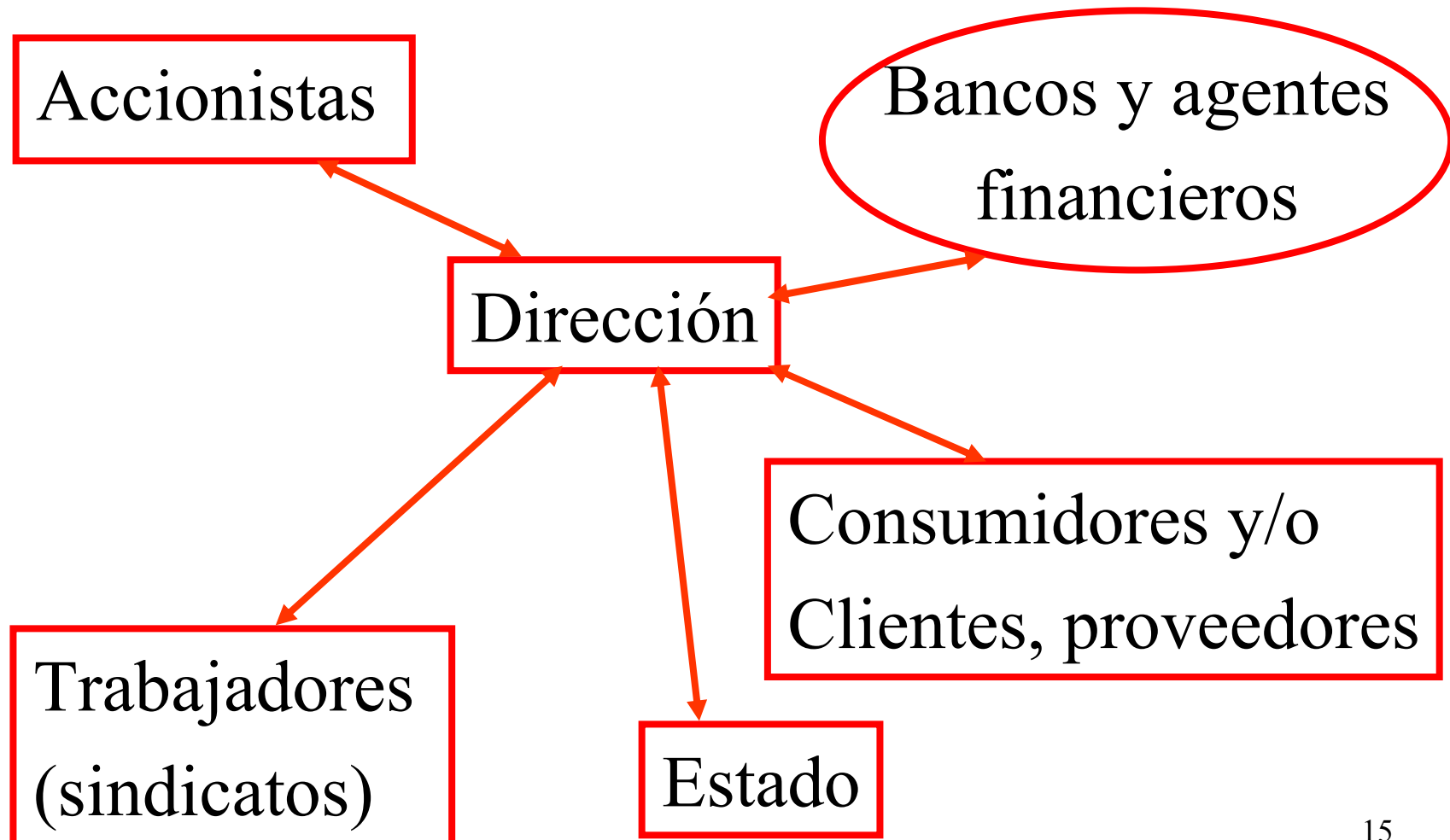


3.1.3.- ENFOQUE ORGANIZATIVO

- **Teoría de la Organización**, considera errónea la idea de que objetivo empresa=empresario y que por tanto el objetivo es un *fin común*.
- **Cyert y March (1965)** consideran a la empresa como una coalición de individuos.
- La teoría de la organización toman en cuenta a otros **grupos** además de la dirección y la propiedad: trabajadores, Estado, bancos y agentes financieros, clientes y proveedores.
- **Objetivos:** cada grupo tiene sus propios objetivos. Por lo que los objetivos de la organización serán el resultado de la combinación de los objetivos de los distintos grupos.



3.1.3.- ENFOQUE ORGANIZATIVO





3.1.3.- ENFOQUE ORGANIZATIVO

- **Accionistas**, la influencia de este grupo se ve condicionada por la separación entre propiedad y control.
- **Bancos y otros agentes financieros**, estarán atentos a las inversiones. Actuarán de dos formas.
 - De forma pasiva.
 - De forma activa.
- **Los trabajadores**, a través de los sindicatos intentarán fijar sus objetivos.



3.1.3.- ENFOQUE ORGANIZATIVO

- **El Estado**, influirá como oferente y demandante de BB y SS. También a través de los impuestos.
- **La dirección**, tiene una posición privilegiada en la empresa y además dispone información preferente.
- **Influencia de clientes y proveedores**, que presionan en la fijación de los objetivos.



CONCEPTOS CONTABLES

- La contabilidad es un sistema que nos facilita información, ésta se resume en las cuentas anuales.
- Se llaman anuales porque se formulan una vez al año, al terminar el ejercicio económico.
- **Balance de Situación**, representa la situación patrimonial (*situación económico-financiera*) de la empresa en un momento dado, describe y valora el patrimonio al inicio del ejercicio económico, así como las variaciones que se producen. El Balance se divide en:

ACTIVO

PASIVO



CONCEPTOS CONTABLES

Pasivo, se divide en :

- *Pasivo Exigible o Recursos Ajenos*, formado por elementos que signifiquen para la empresa deudas u obligaciones pendientes de pago (Deudas con proveedores, con el Estado, con los bancos...)
- *Neto o Recursos Propios*, representa el valor de los fondos que el empresario ha aportado, así como los B^o generados y no distribuidos.

PASIVO TOTAL

RECURSOS
PROPIOS O NETO

RECURSOS
AJENOS
O
PASIVO EXIGIBLE

El Pasivo constituye la **estructura Financiera** de la empresa. Indica de dónde proceden los recursos financieros de la empresa con los cuales ha adquirido los elementos del Activo.



CONCEPTOS CONTABLES

Activo, formado por bienes (maquinaria, edificios, mercaderías...) y derechos propiedad de la empresa (facturas a cobrar, letras de cambio a cobrar...). Se divide a su vez en: *Activo Circulante* y *Activo Fijo*.

ACTIVO TOTAL

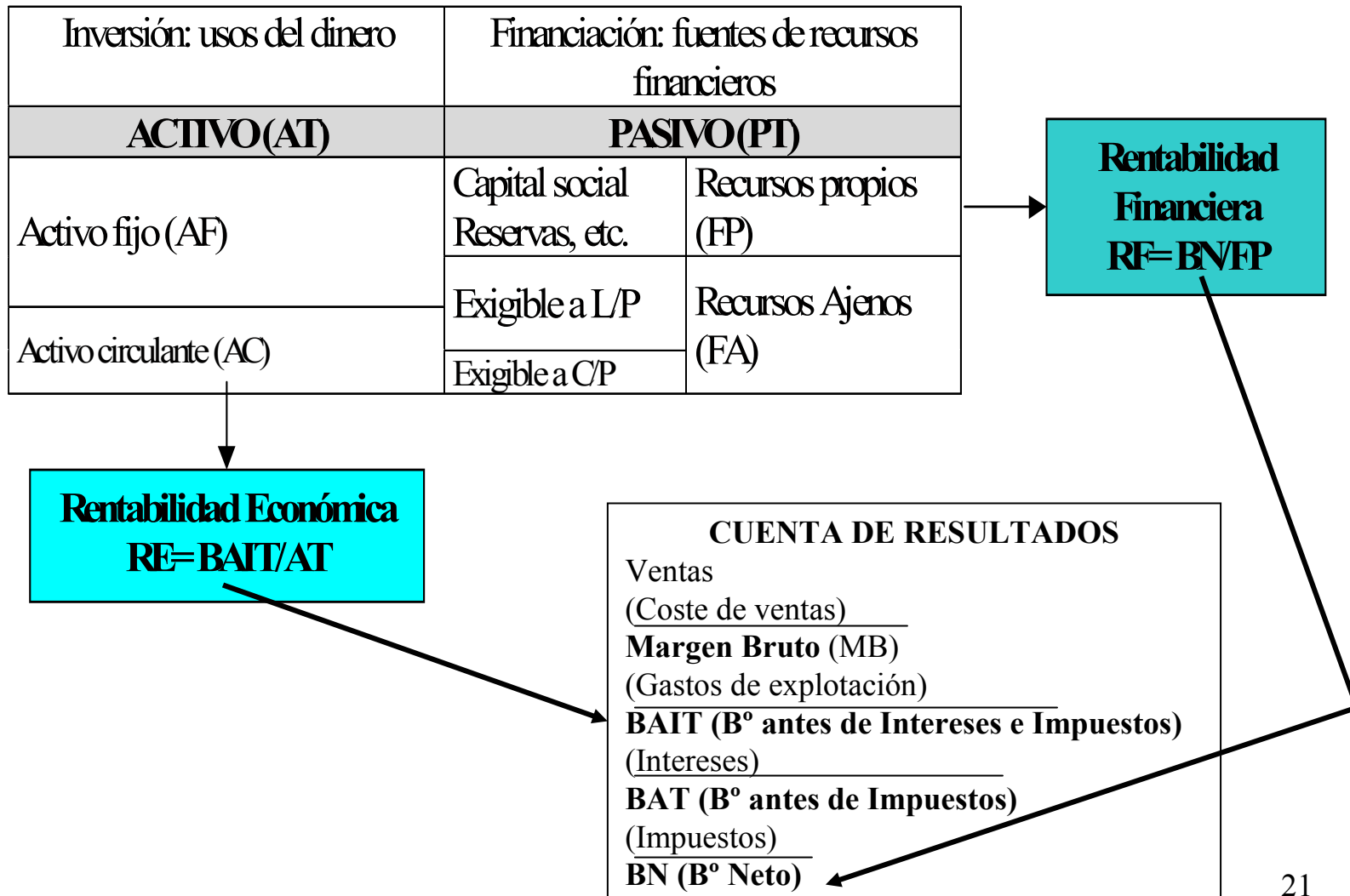
ACTIVO FIJO

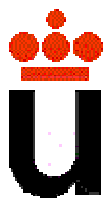
ACTIVO
CIRCULANTE

El activo constituye la **estructura económica** de la empresa. Es decir el destino dado a los recursos financieros. En el activo figuran los capitales según su empleo.



CONCEPTOS CONTABLES





CONCEPTOS CONTABLES

- **La Cuenta de Resultados** o Cuenta de Pérdidas y Ganancias, recoge los ingresos y gastos que tiene la empresa durante el ejercicio económico, la diferencia nos dará el beneficio o pérdida de la sociedad.

CUENTA DE RESULTADOS

Ventas

(Coste de ventas) _____.

Margen Bruto (MB)

(Gastos de explotación) _____.

BAIT (B° antes de Intereses e Impuestos)

(Intereses) _____.

BAT (B° antes de Impuestos)

(Impuestos) _____.

BN (B° Neto)



CONCEPTOS CONTABLES

- **Costes de las Ventas**, representa el coste de los productos vendidos es decir lo que ha costado producir lo vendido, incluye:
 - Consumo de materias primas.
 - Mano de obra directa.
 - Otros Gastos de Fabricación (energía, supervisión, amortización...).
- **Gastos de Explotación**, son todos aquellos gastos que no están imputados directamente al producto. (alquileres, informática, seguridad, administración...).

CUENTA DE RESULTADOS

Ventas

(Coste de ventas) _____.

Margen Bruto (MB)

(Gastos de explotación) _____.

BAIT (B° antes de Intereses e Impuestos)

(Intereses) _____.

BAT (B° antes de Impuestos)

(Impuestos) _____.

BN (B° Neto)



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

- Objetivo de la empresa: **CREACIÓN DE VALOR.**
El objetivo de la empresa es maximizar su valor, es decir maximizar la riqueza conjunta de todos aquellos que poseen un derecho sobre los activos y flujos de caja generados por la empresa.
- **Creación de valor y rentabilidad. (Conceptos que van unidos)**
El valor de la empresa vendrá dado por su capacidad para generar rentas, es decir por la rentabilidad de los activos productivos.

<i>Con gastos de I+D</i>	1ºAño	2ºAño	3ºAño	4ºAño	5ºAño	6ºAño
Cobros	100	100	100	100	130	130
Pagos	60	60	60	60	60	60
Pagos I+D	0	0	10	10	10	10
Flujo de caja = C-P	40	40	30	30	60	60

$i = 7\%$ Van con gastos de I+D = 216.63 u.m.



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

- Existen 2 variables que explican la Creación de Valor.

1.- Beneficio Económico.

2.- Coste de oportunidad de los inversores o rentabilidad requerida por los inversores (K_e).

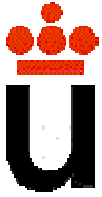
1.- Beneficio Económico = $V.Mdo\ t - V.Mdo\ t-1$.

Diferencias entre B° Económico y B° Contable:

A. El calculo de la depreciación económica de los bienes de producción.

Desde el criterio económico la depreciación se calcula sobre el *Precio de Adquisición*. (*coste histórico*).

Desde el criterio económico se calcula sobre el *Coste de Reposición* (que incluye la depreciación del uso, la obsolescencia tecnológica y el efecto de la inflación).



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

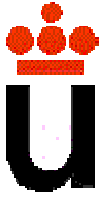
B. El beneficio contable descuenta el coste del capital ajeno, pero no tiene en cuenta el coste de oportunidad de los capitales propios.

En cambio el beneficio económico si que tiene en cuenta el coste de los capitales propios.

C. Periodo del tiempo al que se refiere:

El beneficio contable se refiere al pasado.

El beneficio económico se refiere al futuro. Se exige el conocimiento de los flujos de caja presentes y futuros que genera la empresa, esos flujos se descontarán a una tasa apropiada.



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

2.- Coste de Oportunidad de los inversores o rentabilidad requerida por los inversores en la empresa (K_e).

La rentabilidad requerida por los inversores en la empresa (K_e), determina el coste de capital o lo que es lo mismo el coste de los recursos que utiliza la empresa para financiar sus inversiones.

Este coste se compara con la rentabilidad de la empresa para determinar si se está creando valor:

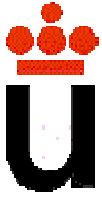
- Si las inversiones realizadas están generando un beneficio inferior al coste de los fondos. —————→ Se destruye valor.
- Si las inversiones realizadas están generando un beneficio superior al coste de los fondos. —————→ Se crea valor.



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

La rentabilidad requerida por los inversores (K_e) depende de tres variables:

- A. ***Coste del dinero*** o tipo de interés del Activo libre de riesgo. Se toma como referencia la Deuda Pública que será la rentabilidad mínima exigida por el inversor.
- B. El ***nivel de riesgo*** de la empresa. A mayor riesgo en la inversión mayor será la rentabilidad que exija el prestamista.
- C. Expectativas sobre la ***tasa de inflación***, la rentabilidad ha de superar a la tasa de inflación, si no el inversor perdería capacidad adquisitiva.



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

➤ **La Curva de Creación de Valor.**

Se define como el cociente entre el VMFP y el valor contable de los FP.

$$CV = VMFP/FP.$$

Sirve para medir la capacidad que tiene la empresa para crear riqueza.

- **Valor de Mercado de los FP** refleja los flujos de B^o esperados por los accionistas de la empresa, actualizados conforme a una tasa de retorno requerida por ellos. (= Interés libre de riesgo + prima por la inflación + prima por el riesgo).
- **Valor Contable de los FP** es el valor nominal del capital desembolsado, más los beneficios retenidos, no distribuidos.



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

CURVA DE VALOR: $CV = VMFP/FP = (RFP-g)/(Ke-g)$

¿Cuándo creamos valor?

- **Sí $VMFP > FP$; $CV = VMFP/FP > 1$;La Empresa crea valor.**
- **Si $VMFP = FP$; $CV = VMFP/FP = 1$; Ni crea ni destruye valor.**
- **Si $VMFP < FP$; $CV = VMFP/FP < 1$; La Empresa destruye valor.**



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

El ratio se explica a partir de 3 variables:

1. La rentabilidad financiera o rentabilidad de los fondos propios de la empresa (RFP o RF).
2. Expectativas del inversor sobre el crecimiento de la empresa o tasa de crecimiento (g).
3. La rentabilidad requerida por el inversor (Ke).

$$CV = VMFP/FP = (RFP-g)/(Ke-g)$$



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

Para que el ratio **CURVA CREACIÓN DE VALOR** sea mayor que la unidad lo que tiene que suceder es que la $RFP > Ke$.

$$CV = VMFP/FP = (RFP - g)/(Ke - g)$$

¿Cuándo creamos valor?

- **Sí $RFP > Ke$; La Empresa crea valor; $CV = VMFP/FP > 1$.**
- **Si $RFP = Ke$; Ni crea ni destruye valor; $CV = VMFP/FP = 1$.**
- **Si $RFP < Ke$; La Empresa destruye valor; $CV = VMFP/FP < 1$.**



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

➤ **La Rentabilidad Económica.**

Se refiere al rendimiento o rentabilidad que obtiene la empresa por sus activos o inversiones.

$$\mathbf{RE = BAIT/AT}$$

Este ratio se puede descomponer en 2 variables:

$$\mathbf{RE = BAIT/AT = Vtas/AT \times BAIT/Vtas}$$



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

- Rotación de activos = Ventas/AT , mide la eficiencia en el uso de los activos, refleja las veces que se ha utilizado el activo en la obtención de las ventas. Cuanto más grande es el ratio quiere decir que con menos activos consigo más ventas, soy más eficiente.
- El margen económico de las ventas = $\text{BAIT}/\text{Ventas}$, mide los ingresos por ventas, calcula el grado de libertad que tiene la empresa para imponer precios, si es un monopolio mayor será el margen económico.



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

Limitaciones de la Rentabilidad Económica:

- La RE se refiere a un periodo de tiempo pasado, ignorando acontecimientos futuros. (utiliza variables contables).
- El cálculo de la RE no considera el valor del dinero en el tiempo.
- La RE estará afectada por las estrategias de la empresa.
 - Si es una estrategia en *liderazgo en costes*, hay una alta rotación de activos (Ventas/AT), mientras que su margen económico de las ventas es menor (BAIT/Ventas).
 - Si es una estrategia de *diferenciación*, tiene una baja rotación de activos (Ventas/AT) y un alto margen económico de las ventas (BAIT/Ventas).



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

➤ **La Rentabilidad Financiera.**

Mide el beneficio obtenido con respecto al capital aportado por los accionistas.

$$\mathbf{RF = BN/FP}$$

La rentabilidad financiera depende de 3 variables:

- Rentabilidad Económica, $RE = \text{BAIT}/\text{AT}$.
- Apalancamiento Financiero, $Ap = \text{BAT}/\text{BAIT} \times \text{AT}/\text{FP}$.
- Efecto Impositivo $Ei = \text{BN}/\text{BAT}$.

$$\begin{aligned} \mathbf{RF} &= \mathbf{BN / FP = RE \times Ap \times Ei} \\ &= \mathbf{BAIT/AT \times BAT/BAIT \times AT/ FP \times BN/BAT = BN/FP} \end{aligned}$$



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

Limitaciones de la Rentabilidad Financiera:

- Se calcula teniendo en cuenta el valor contable de las distintas magnitudes, en concreto utiliza el valor contable de los FP y no el VMFP.
- Refleja la rentabilidad de los fondos en un momento dado, periodo determinado.
- No considera el valor del dinero en el tiempo.
- El ratio no incluye información sobre el riesgo asociado a la obtención de la rentabilidad.



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

➤ **El Efecto Apalancamiento.**

El apalancamiento financiero indica entre estas cosas si la empresa tiene interés en endeudarse para invertir.

$$A_p = AT/FP \times BAT/BAIT$$

- Estudiamos el **Efecto apalancamiento**:

$$\begin{aligned} A_p &= AT / FP \times BAT / BAIT = \dots\dots\dots \\ &= (RE \times AT - FA \times K_i) / (RE \times AT - RE \times FA) \end{aligned}$$

→ El apalancamiento financiero depende de K_i (coste del capital ajeno) y de RE (rentabilidad económica).



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

- Cuando $A_p > 1$, le interesa endeudarse porque $RE > K_i$.

La rentabilidad obtenida de las inversiones (RE) es superior al coste de la deuda o coste de capital ajeno (K_i), le interesa endeudarse porque aumentará la RF del accionista.

- Cuando $A_p = 1$, le es indiferente endeudarse porque $RE = K_i$.

- Cuando $A_p < 1$, no le interesa endeudarse porque $RE < K_i$.

La rentabilidad que obtiene de las inversiones es inferior al coste del capital ajeno K_i .



3.2.- LA CREACIÓN DE VALOR COMO OBJETIVO

➤ **El Efecto Impositivo.**

Se define como el cociente:

$$E_i = \text{BN}/\text{BAT}$$

El efecto impositivo trata de captar el efecto de la política fiscal del Estado sobre la rentabilidad financiera de la empresa. La rentabilidad financiera se ve afectada por las variaciones en los tipos impositivos y de los incentivos fiscales a la inversión.



3.3.- ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN.

- **La ética** según Cortina puede ser definida como: “un tipo de saber que pretende orientar la acción humana en un sentido racional. La ética pretende ayudar a las personas a hacer *buenas elecciones*, a elegir *buenos modos de actuar* que nos permitan *alcanzar los fines últimos*”.
- Las empresas tendrán sus propios **Códigos éticos**, estos definen cuales son los valores, normas y códigos de conducta que una empresa explícitamente reconoce como el comportamiento que considera apropiado.



3.3.- ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN.

- **La responsabilidad social corporativa** se refiere a las actividades que una empresa realiza para proteger a la sociedad y mejorarla más allá de lo requerido por los intereses legales, económicos o técnicos de la organización.
- **La responsabilidad social** de la empresa recoge el compromiso ético de la empresa con respecto a los grupos de interés con los que actúa (accionistas, directivos, trabajadores, clientes, proveedores, organizaciones sociales (consumidores, ecologistas), AA.PP.....



3.3.- ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN.

- No existe unanimidad a la hora de identificar cual es el nivel de compromiso ético y responsabilidad social que debe asumir la empresa:
 1. Por un lado los defensores de una ética mínima (Friedman 1966), basado en el respeto de las leyes y del ordenamiento jurídico.

Argumentan no dedicar recursos más allá del estricto cumplimiento de la ley ya que esto supone un gasto adicional que merma los B° de la empresa, lo cual es incompatible con la creación de valor.



3.3.- ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN.

2. Stoner y Freeman consideran que la empresa con sus actuaciones influye en el entorno, y que con sus comportamientos éticos y socialmente responsables la empresa puede contribuir a la mejora de la sociedad en la que desarrolla su actividad.

Esta postura defiende que hay que crear valor no sólo para los propietarios de la empresa, sino para todos los grupos de interés que participan en ella y para la sociedad en general.



3.3.- ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN.

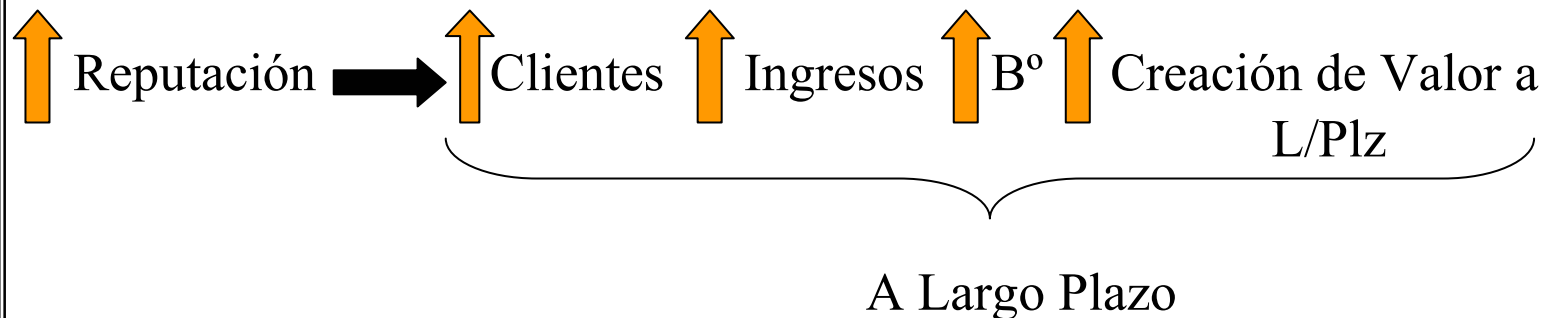
Unos mayores niveles de ética y de RSC conllevan una serie de ventajas:

- A. Mejorar la calidad de vida de la sociedad.
- B. Promueve una actuación de la empresa no sólo legal sino también legítima.
- C. Reduce los costes asociados a la transacción fruto de una menor desconfianza hacia los posibles comportamientos oportunistas.
- D. Ahorra costes en términos de multas y juicios.



3.3.- ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN.

- E. Mejora las relaciones con los empleados, intentando mantener y atraer a los mejores profesionales. También facilita la transmisión y fluidez de la **información** a lo largo de la empresa (recurso fundamental en las organizaciones actuales).
- F. Mejora la reputación e imagen de la empresa.





3.3.- ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN.

- Podemos decir que dedicar recursos a políticas de **Responsabilidad social y Ética** no solo no es incompatible con el objetivo de Creación de Valor sino que por el contrario puede ayudar a conseguirlo.
- Dedicar recursos a estas actuaciones generan costes en la actualidad, pero esos costes podrían considerarse una inversión susceptible de generar ingresos en el futuro.
- Por lo que llevar a cabo estas políticas beneficiaría tanto a la sociedad en general como a la empresa en particular.



Ejemplo Apalancamiento Financiero

BALANCE	EMPRESA A	EMPRESA B	EMPRESA C	EMPRESA D
AT	400	400	400	400
FP	400	200	1	200
FA	0	200	399	200
PT	400	400	400	400
CTA. RDOS.	EMPRESA A	EMPRESA B	EMPRESA C	EMPRESA D
BAIT	100	100	100	100
I (10%, D: 30%)	0	-20	-40	-60
BAT	100	80	60	40
T (30%)	-30	-24	-18	-12
BN	70	56	42	28
¿Cuál es el efecto del AF sobre RF?				
$RF = BN / FP$	17.5%	28%	4200%	14%
$RE = BAIT / AT$	25%	25%	25%	25%
$EF = BN / BAT$	0.7	0.7	0.7	0.7
AF	1	1.6	240	0.8