



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

TALLER PRACTICO DE FINANZAS PARA EMPREENDEDORES

CP JUAN CARLOS FELIPE FLORIDO



EL ENTORNO ECONÓMICO



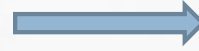
CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

Economía

Microeconomía



Estudio de los fenómenos de mercado

los de



Consumidor



Empresas

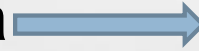


Mercado



Trabajadores

Macroeconomía



Suma de las unidades económicas en un tiempo y lugar



Empresas



Gobierno



Familias



Entidades Financieras

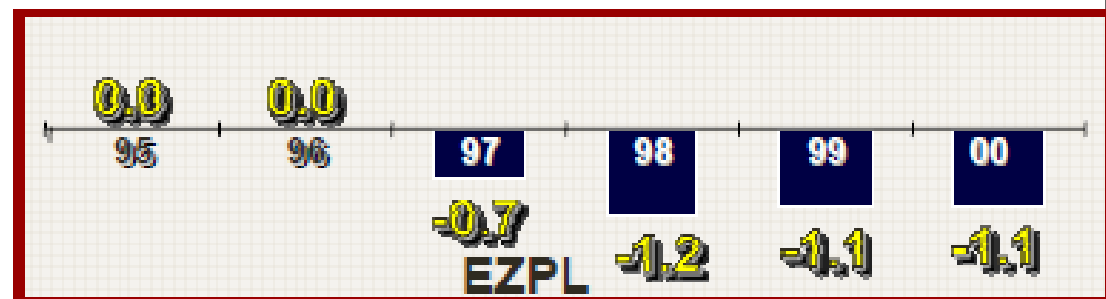
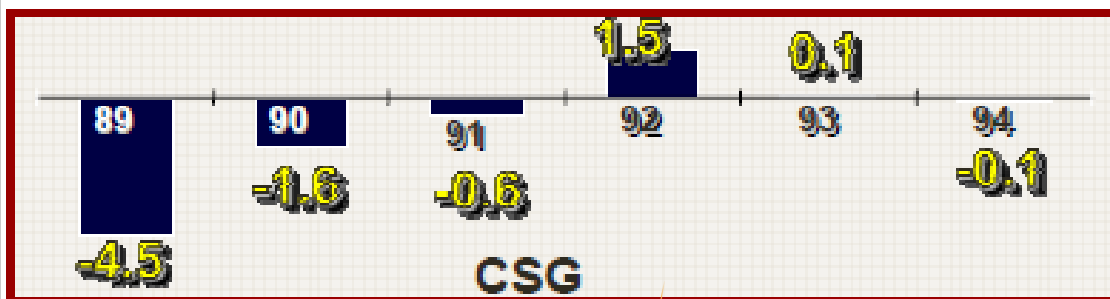
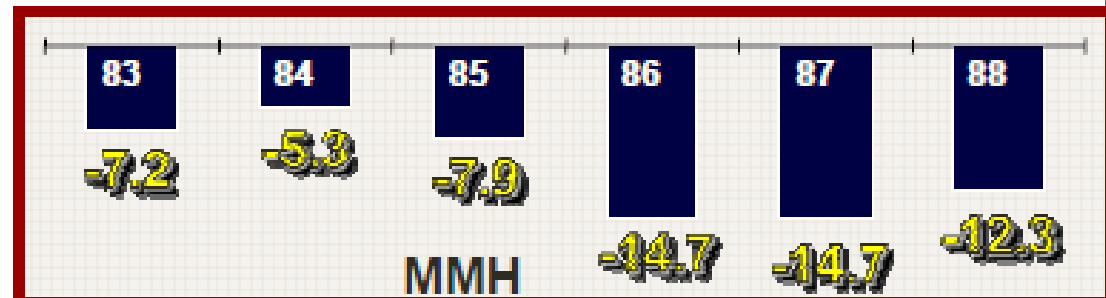
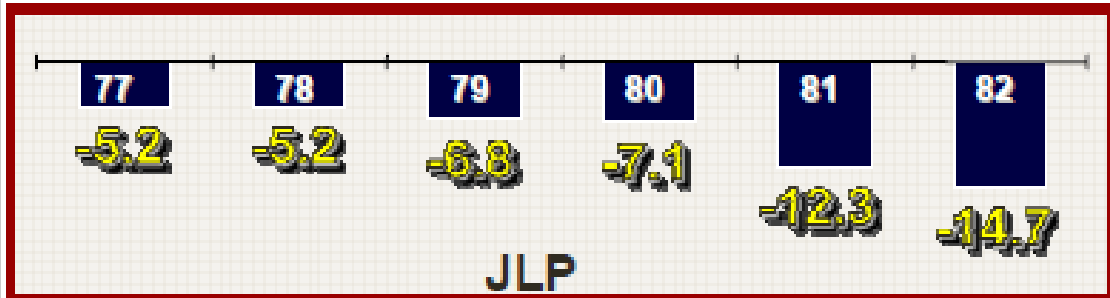
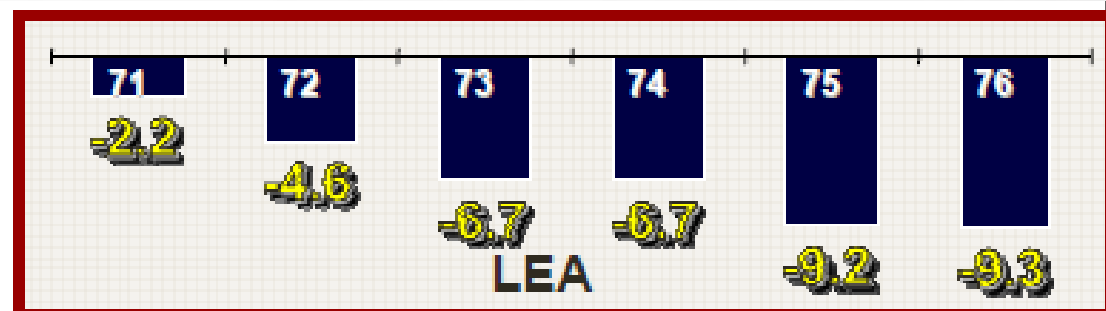
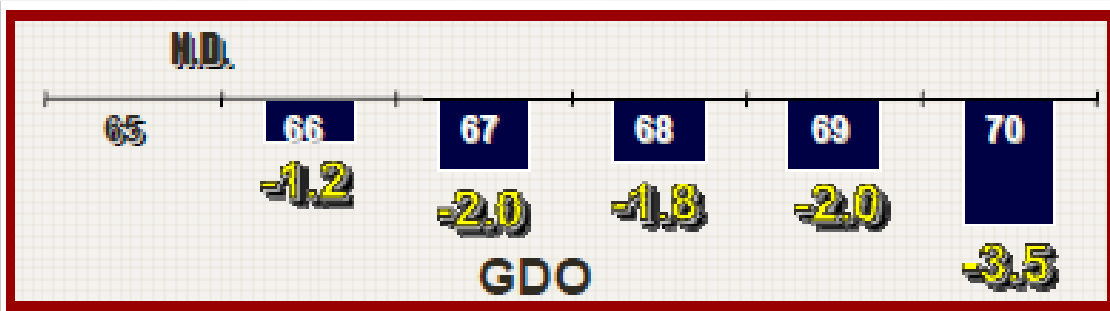
Modelo Económico

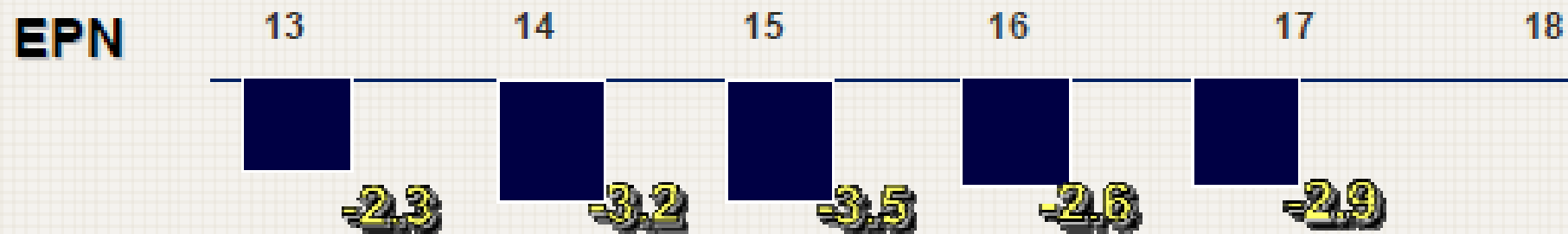
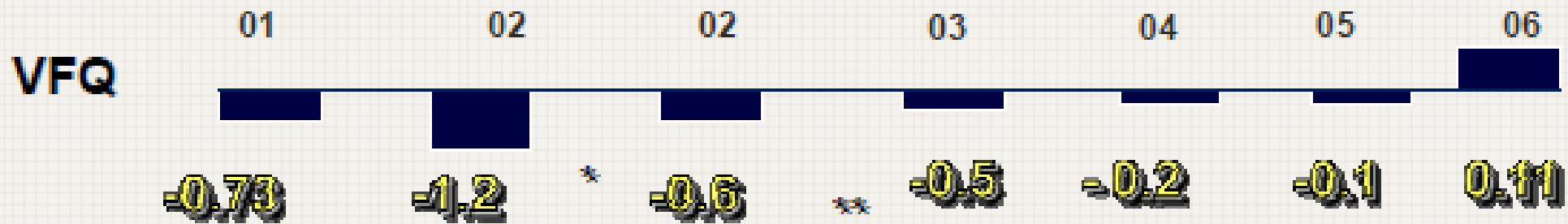
¿QUÉ TENGO QUE SABER DE ECONOMÍA?

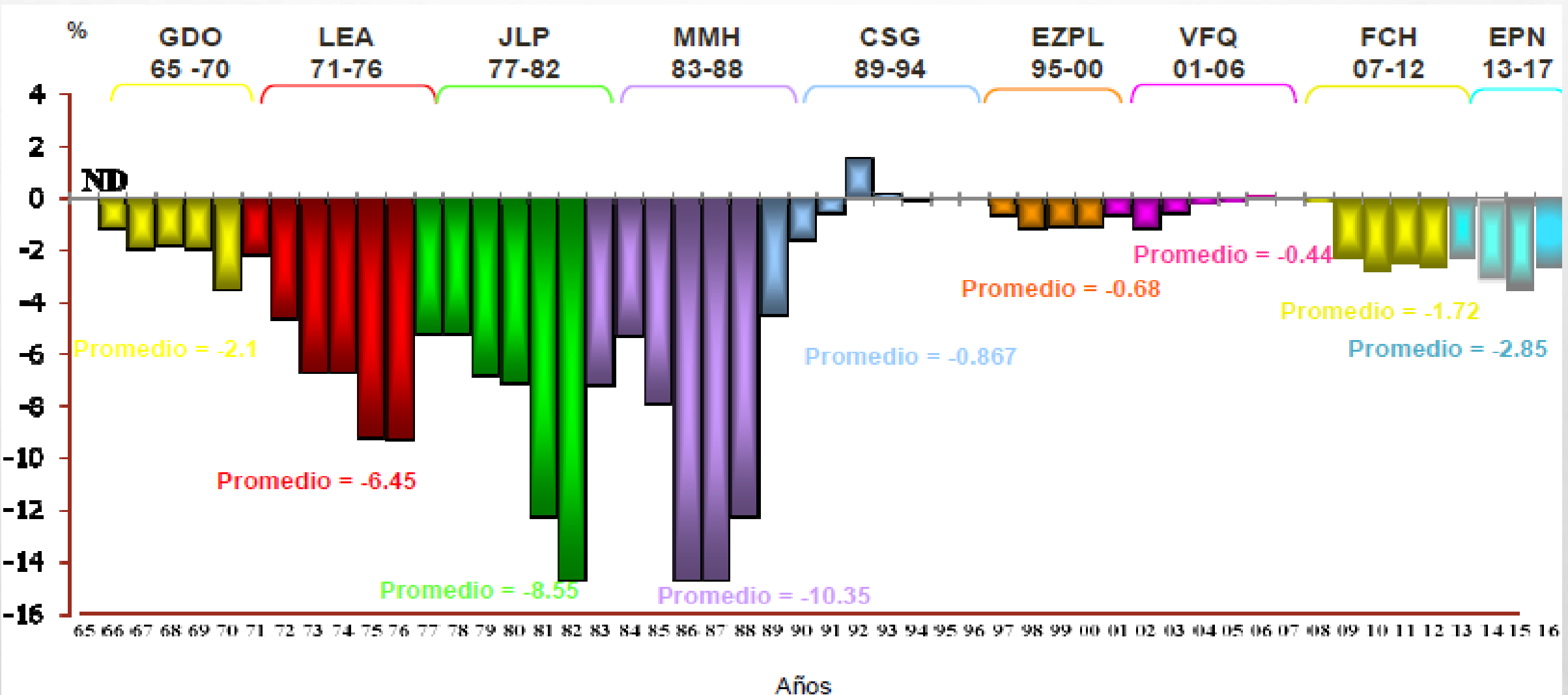
1.- Déficit publico



PRESIÓN DE LAS FINANZAS PUBLICAS







FUENTE: Elaborado por GM y Asociados con información de EI UNIVERSAL



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

CALIFICACIONES DE RIESGO

América Latina	Chile	México	Perú	Colombia	Uruguay	Brasil	Argentina	Venezuela
S&P	A+	BBB+	BBB+	BBB-	BBB	BB-	B+	SD
Fitch	A	BBB+	BBB+	BBB	BBB-	BB-	B	RD
Moody's	Aa3	A3	A3	Baa2	Baa2	Ba2	B2	C

BRICS	China	México	Sudáfrica	India	Rusia	Brasil
S&P	A+	BBB+	BB	BBB-	BBB-	BB-
Fitch	A+	BBB+	BB+	BBB-	BBB-	BB-
Moody's	A1	A3	Baa3	Baa2	Ba1	Ba2

MIST	Corea	México	Indonesia	Turquía
S&P	AA	BBB+	BBB-	BB
Fitch	AA-	BBB+	BBB	BB+
Moody's	Aa2	A3	Baa2	Ba2

Principal	Alto Grado	Grado medio superior	Grado medio inferior	Grado de no inversión especulativo	Altamente especulativo	Riesgo Sustancial
-----------	------------	----------------------	----------------------	------------------------------------	------------------------	-------------------



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



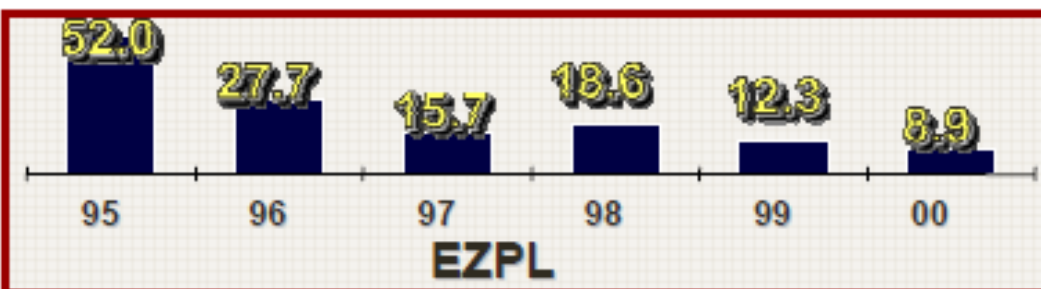
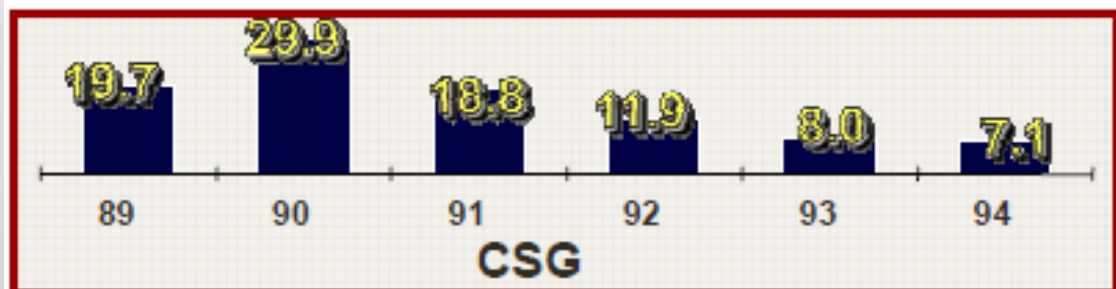
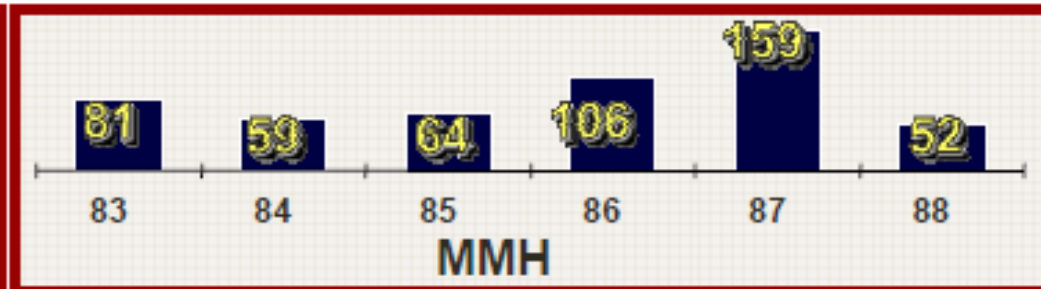
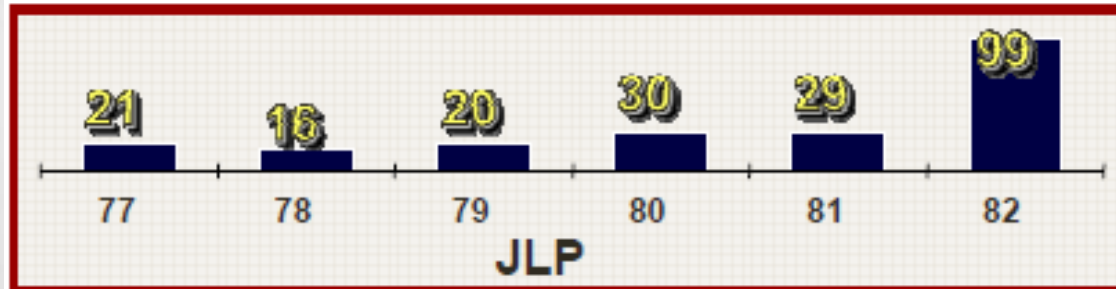
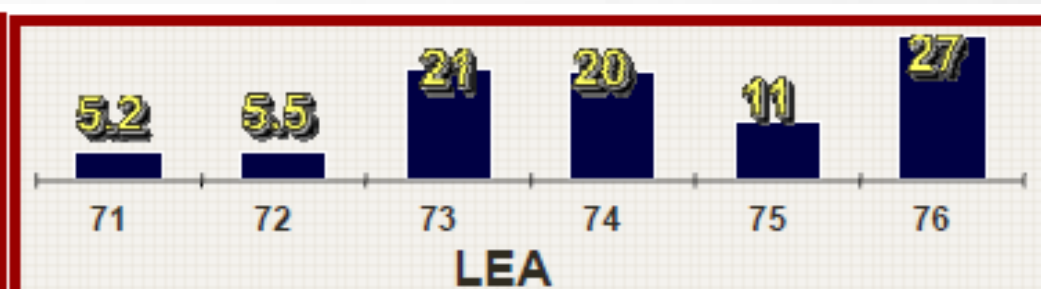
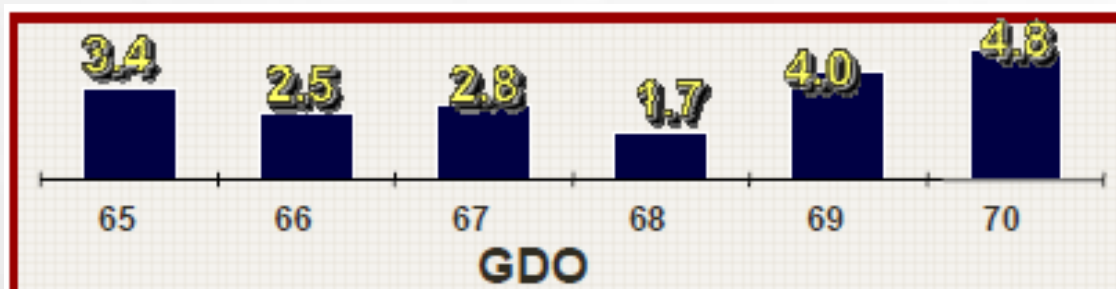
UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

¿QUÉ TENGO QUE SABER DE ECONOMÍA?

2.- Inflación



EL CONTROL INFLACIONARIO PRECIOS CONSUMIDOR





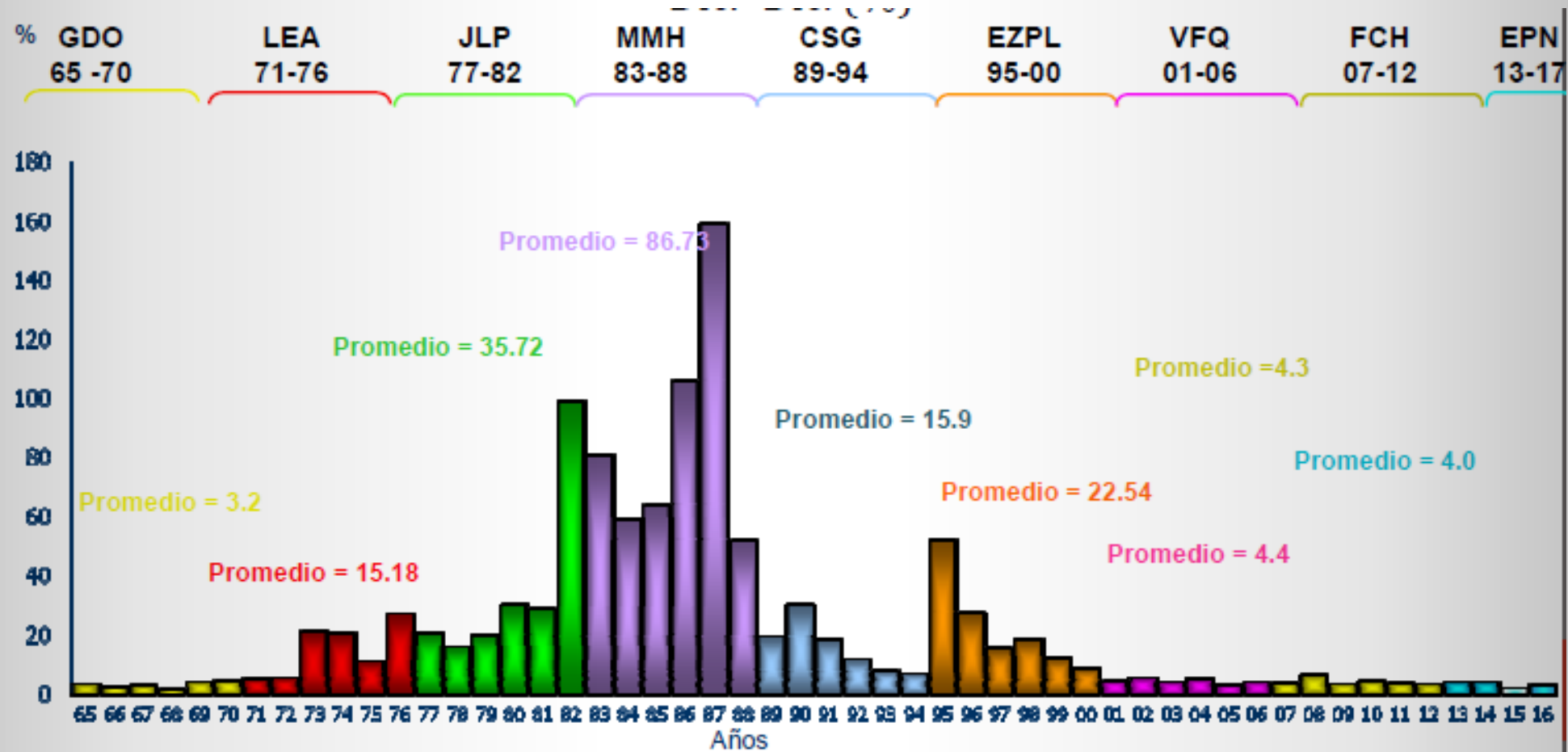
VFQ



FCH



EPN



FUENTE: Elaborado por EyF Consultores y GM y Asociados con información de El UNIVERSAL y Banxico



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



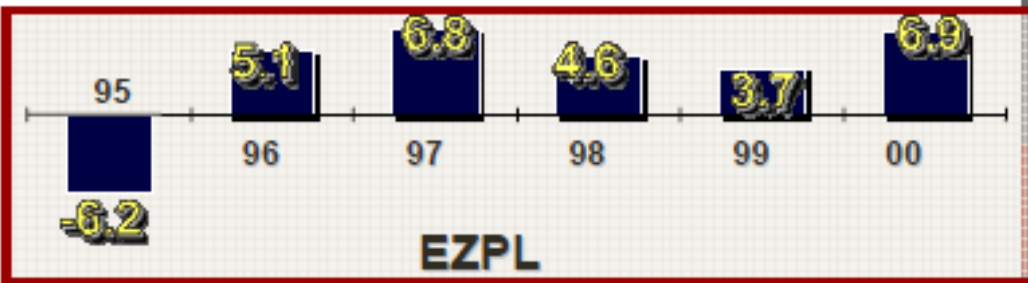
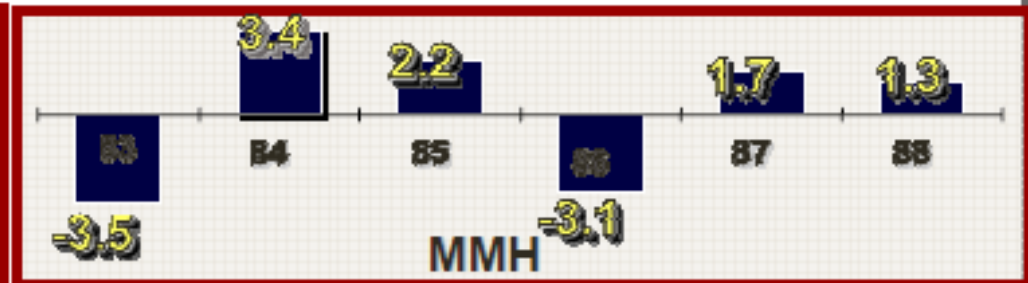
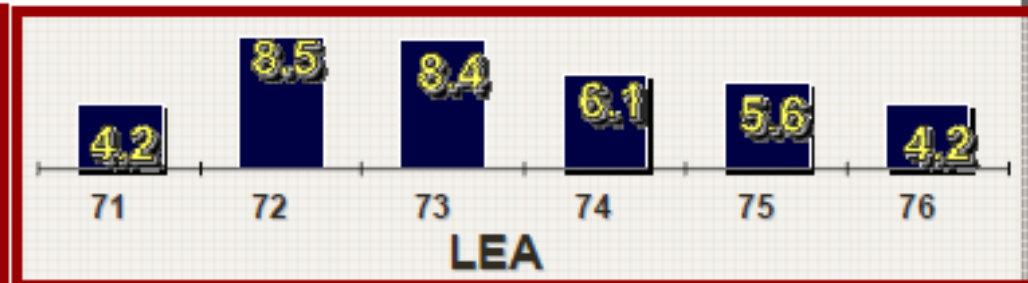
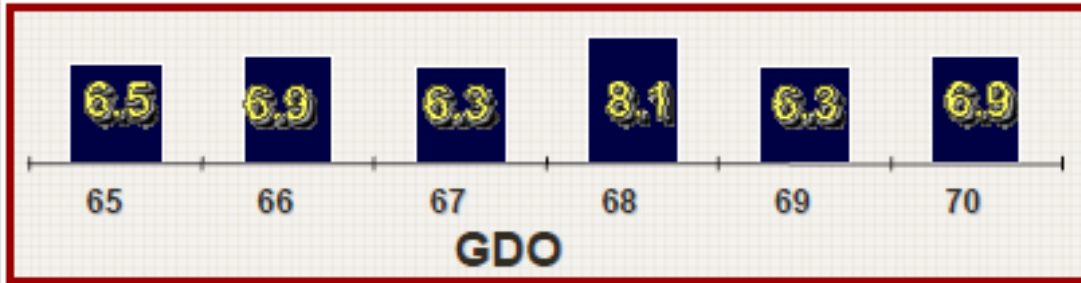
UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

¿QUÉ TENGO QUE SABER DE ECONOMÍA?

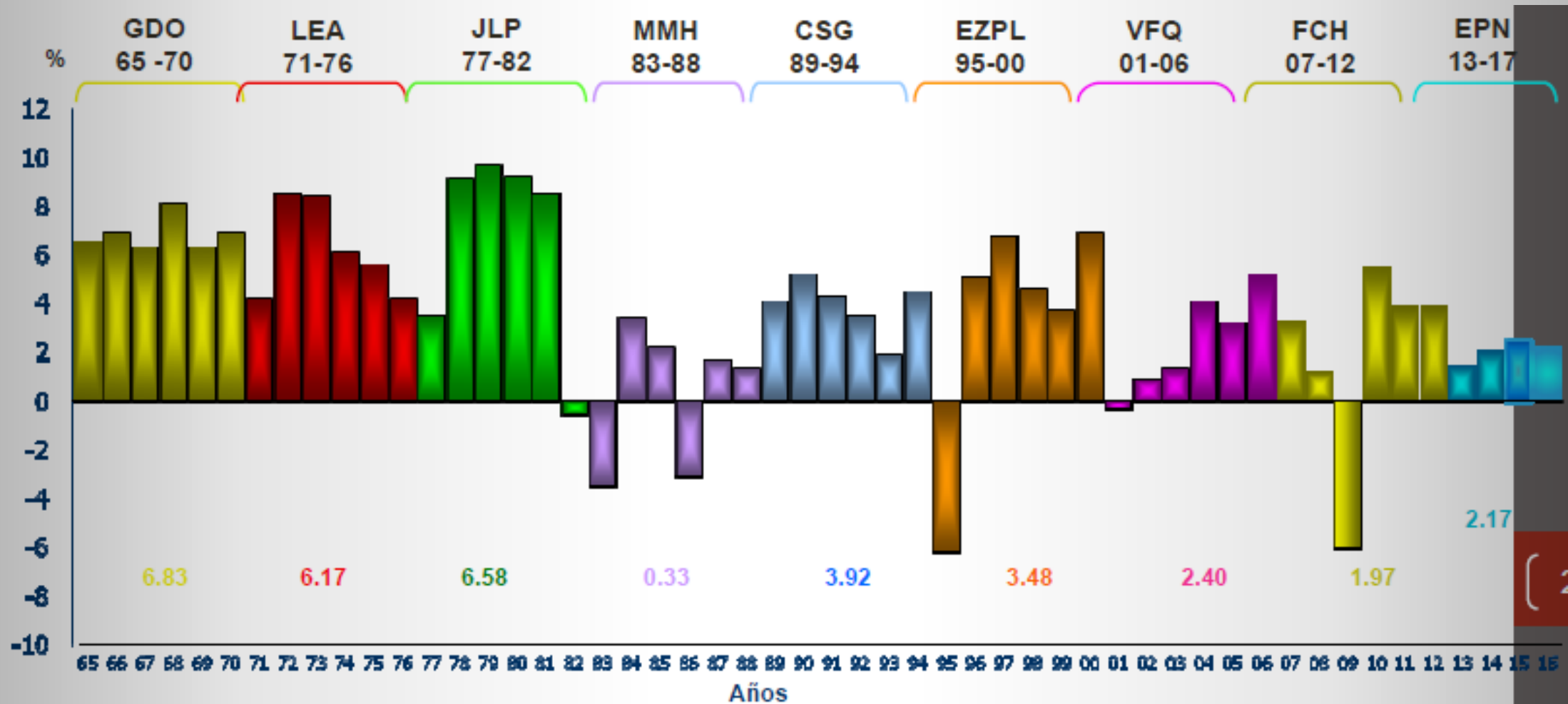
3.- PIB



EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA PIB







CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



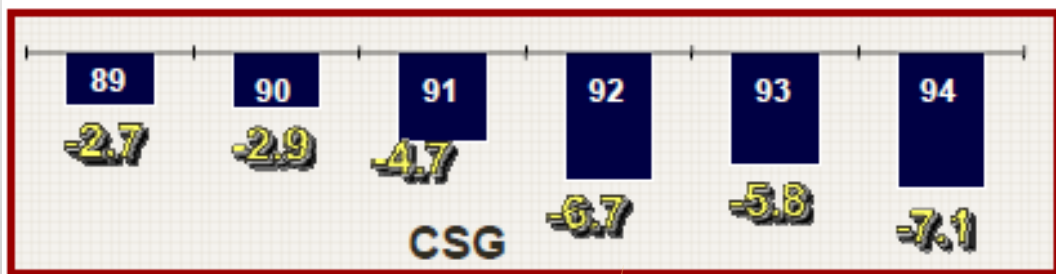
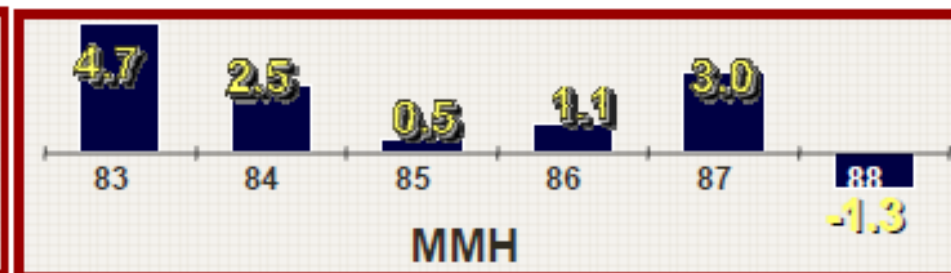
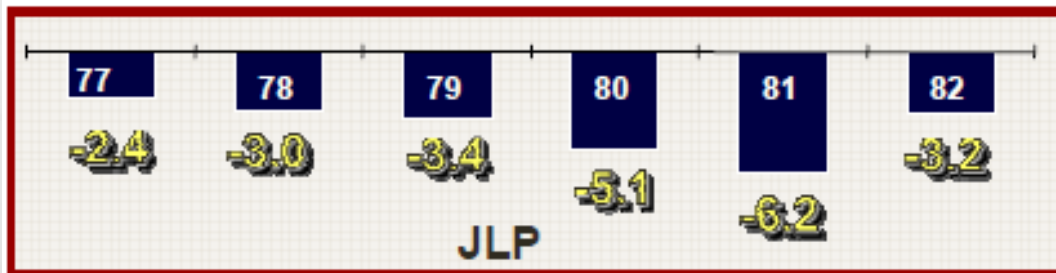
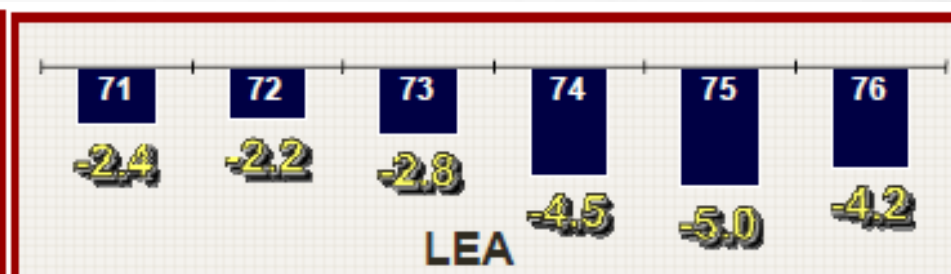
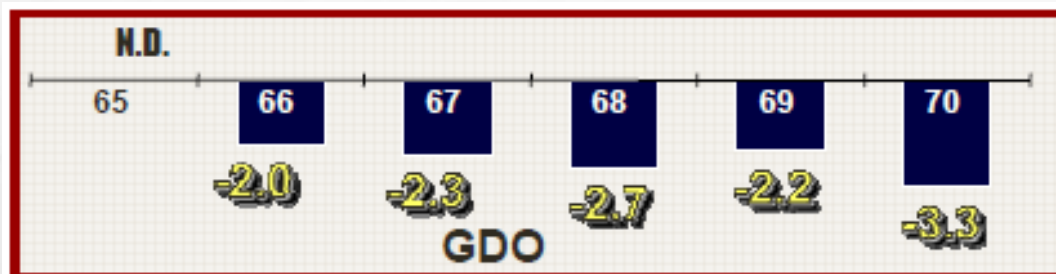
UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

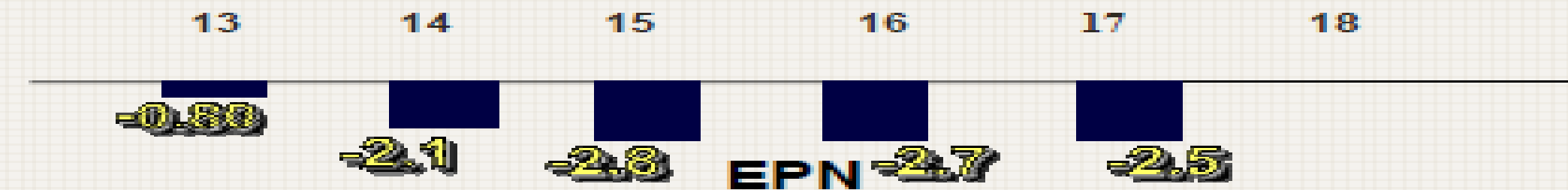
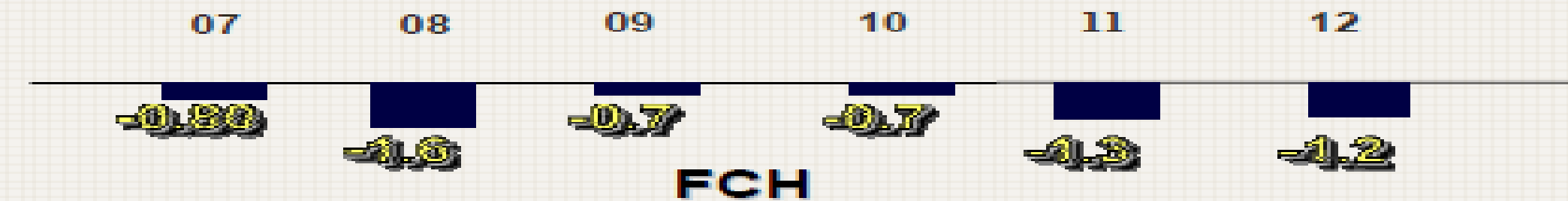
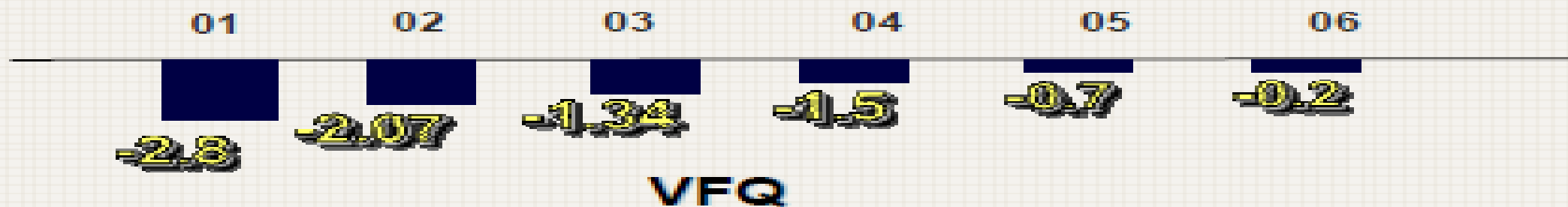
¿QUÉ TENGO QUE SABER DE ECONOMÍA?

4.- Cuenta Corriente



PRESIÓN DE LA CUENTA CORRIENTE





Entorno Económico 1964 - 2017

	GDO 64-70	LEA 70-76	JLP 76-82	MMH 82-88	CSG 88-94	EZPL 94-00	VFQ 00-06	FCH 06-12	EPN 12-17
PIB México Promedio Anual	6.23%	5.95%	6.5%	0.34%	3.91%	3.51%	2.40%	3.34%	2.16%
Deuda Externa Pública (bruta)	4,262 MDD	19,600 MDD	58,874 MDD	81,003 MDD	85,837 MDD	85,528 MDD	55,211 MDD	124,834 MDD	200,910 MDD
Deuda Ext. / PIB	11.96%	29.02%	45.52%	44.76%	20.76%	14.81%	6.6%	10.77%	16.6%
Reservas Internacionales	743 MDD	1,578 MDD	1,772 MDD	6,851 MDD	12,470 MDD	32,164 MDD	69,542 MDD	163,117 MDD	173,516 MDD
Reservas / Deuda Externa	17%	8%	3%	9%	15%	38%	126%	130%	86.4%
Inflación Promedio Anual	2.76%	14.55%	31.53%	85.92%	15.87%	21.73%	4.53%	4.18%	4.04%
Devaluación % Sexenal	0%	77 %	217 %	3,159%	51 %	173%	17%	30.0%	68.9%
Tasa Real Promedio Anual	6.87%	(3.40)%	(3.53)%	(6.69)%	7.68%	5.36%	3.74%	3.33%	4.81%

19 Septiembre 2018



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

MENTALIDAD EXPORTADORA

México exporta el 12% de su producción de calzado

De ese 12%, el 73% lo exporta a EEUU

De ese 12%, el 63% lo exporta Guanajuato



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

Inflación acelera a 4.9% en agosto

En agosto de 2018, la inflación avanzó 0.58% en términos mensuales así como una tasa de inflación anual de 4.9%, superando el estimado de los analistas, de 4.85%.

AUMENTO PROMEDIO ANUAL DE 5.0%

Economía del Bajío, de las más fuertes del país

El conjunto de industrias manufactureras contribuye con 27.1% del PIB regional.

BAJÍO

Guanajuato cerrará el sexenio con un crecimiento económico de 6%: Márquez

● En seis años se habrán atraído al estado inversiones por 13 mil millones de dólares e instalado 300 nuevas empresas



OCDE sube previsión del PIB a 2.5%

Ciudad de México. La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico señaló que el crecimiento económico de México continuará siendo resiliente durante 2018 y 2019 al ubicarlo en 2.5 y 2.8 por ciento respectivamente debido a la incertidumbre que restringe la inversión privada.



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

MODELO DE NEGOCIOS

Que le vendemos

- **TIPOS DE CLIENTES:**

Satisfechos



Productos y servicios con
un alto nivel de calidad

Insatisfechos



Productos y servicios

Sorprendidos



Emociones

EMOCIONES, EMOCIONES, EMOCIONES...

- **UNA EMPRESA TIENE EL PODER, EL PODER DE CREAR EMOCIONES PODEROSAS**

Piénsalo, siéntelo...



Paris?

¿Y si digo Paris Hilton, piensas y sientes lo mismo?



MULTINACIONALES CON NUEVAS ESTRATEGIAS DE NEGOCIO



Estrategia:

Servicio y atención directa a la mesa

Primera aplicación:

En el aeropuerto de Frankfurt el camarero pasará y tomará la orden a los comensales con un dispositivo móvil



Estrategia:

Ofrecer bebidas de buena calidad, en un entorno de alto diseño y sin espera

Aplicación:

Café Express en pleno corazón de Manhattan, en 14 Wall Street



Estrategia:

Establecer vínculos con empresas proveedoras en Estados Unidos, para vender servicios de entretenimiento:

● Música ● Videojuegos ● Películas



Estrategia:

Venta de productos personales de lujo

Aplicación:

Su nuevo producto Apple Watch Edition que puede llegar a costar más de US\$10.000



Estrategia:

Producir automóviles con insumos alternativos y más ecológicos

Aplicación:

Nuevo modelo de automóvil denominado Mirai, propulsado por un motor eléctrico alimentado por una pila de combustible suministrada por hidrógeno



Estrategia:

Lanza su nuevo producto de juegos: Line Game

Aplicación:

La empresa japonesa tiene más de 170 millones de usuarios, acumuló más de 40 millones de descargas este año



Estrategia:

Lanza su nuevo servicio de entrega de almuerzos a domicilio, "UberFRESH"

Aplicación:

Los domicilios se darán entre las 11:30 a.m. y las 2:30 p.m. para clientes ubicados en Santa Mónica, California



Estrategia:

Lanza el Fitting Room, un servicio de asesoría especializado en la mujer

Aplicación:

Cuenta con productos como Nike Pro 360 Fit System, que ayuda a las mujeres a escoger su talla ideal de sujetador, entre otros

Gráfico: UBAWEC



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

CONSTRUYENDO MI MODELO (CANVAS)

Un modelo de negocios recoge las bases de creación de valor de un negocio o proyecto.

Es un plano

Es un croquis

Es una simplificación

NO es un plan de negocios



7

qual? /
de cliente?

2

2

4

4

1

¿Cómo?

¿Qué?

3

3

¿Quién?

9

9

¿Cuánto?

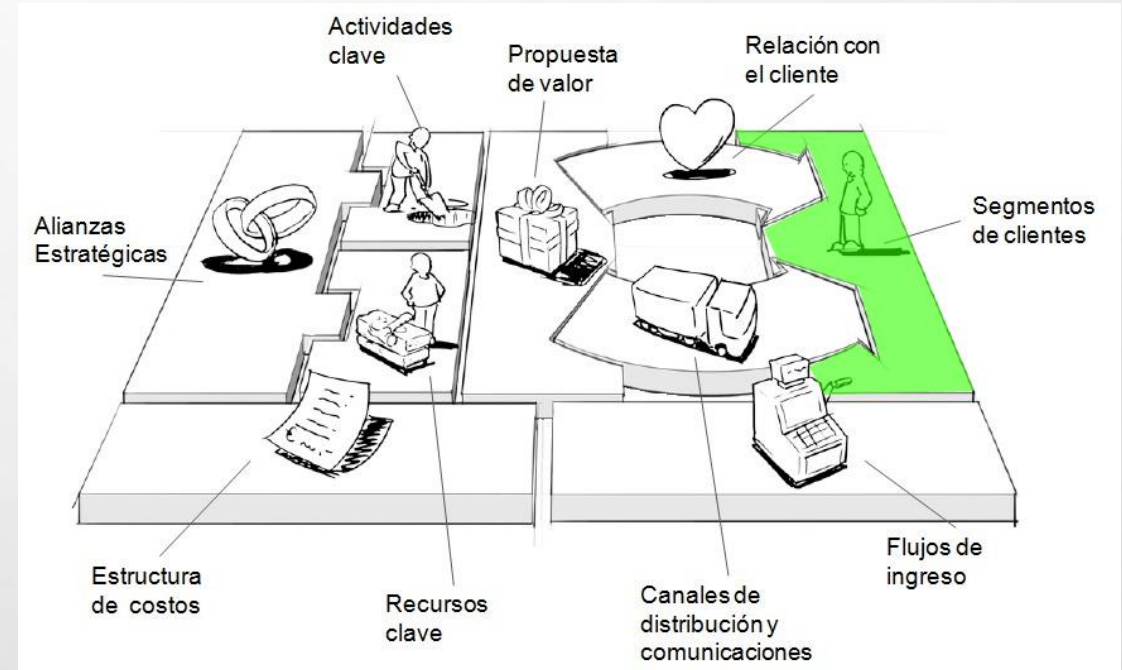
herramienta para testear y validar modelos de negocio



Diseñado por: marketingyfinanzas.net

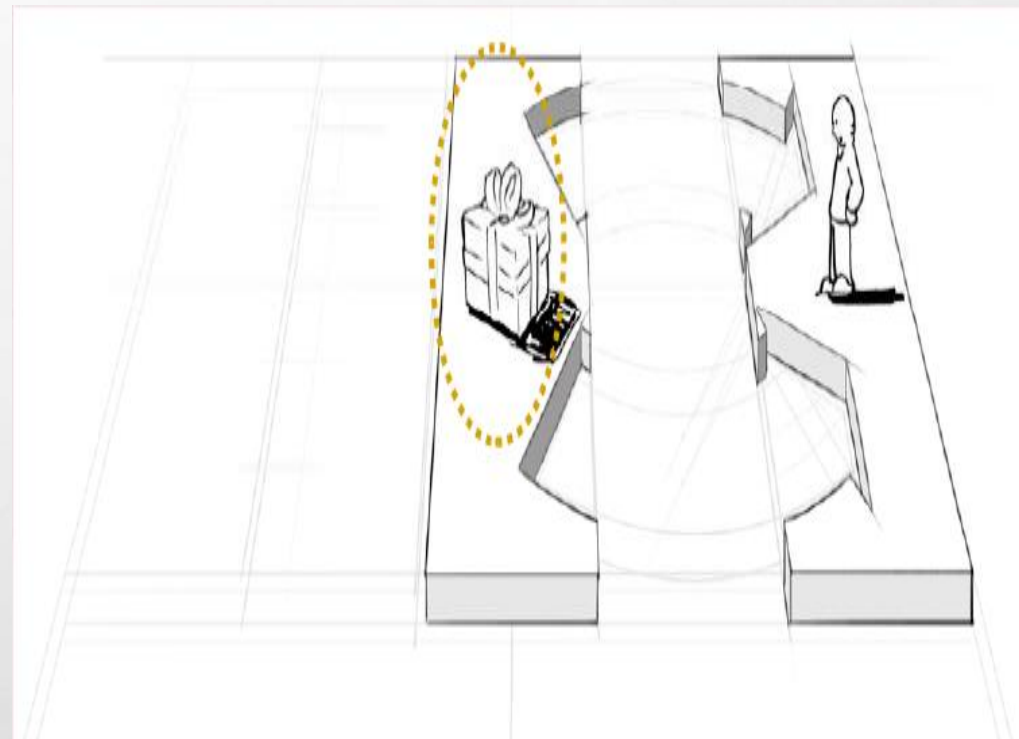
Segmento de clientes

- Para quien creamos valor
- Son el objetivo hacia donde se dirigirá el negocio
- Puede ser uno o mas grupos de clientes
- Correctamente distinguidos unos de otros



Segmento de propuesta de valor

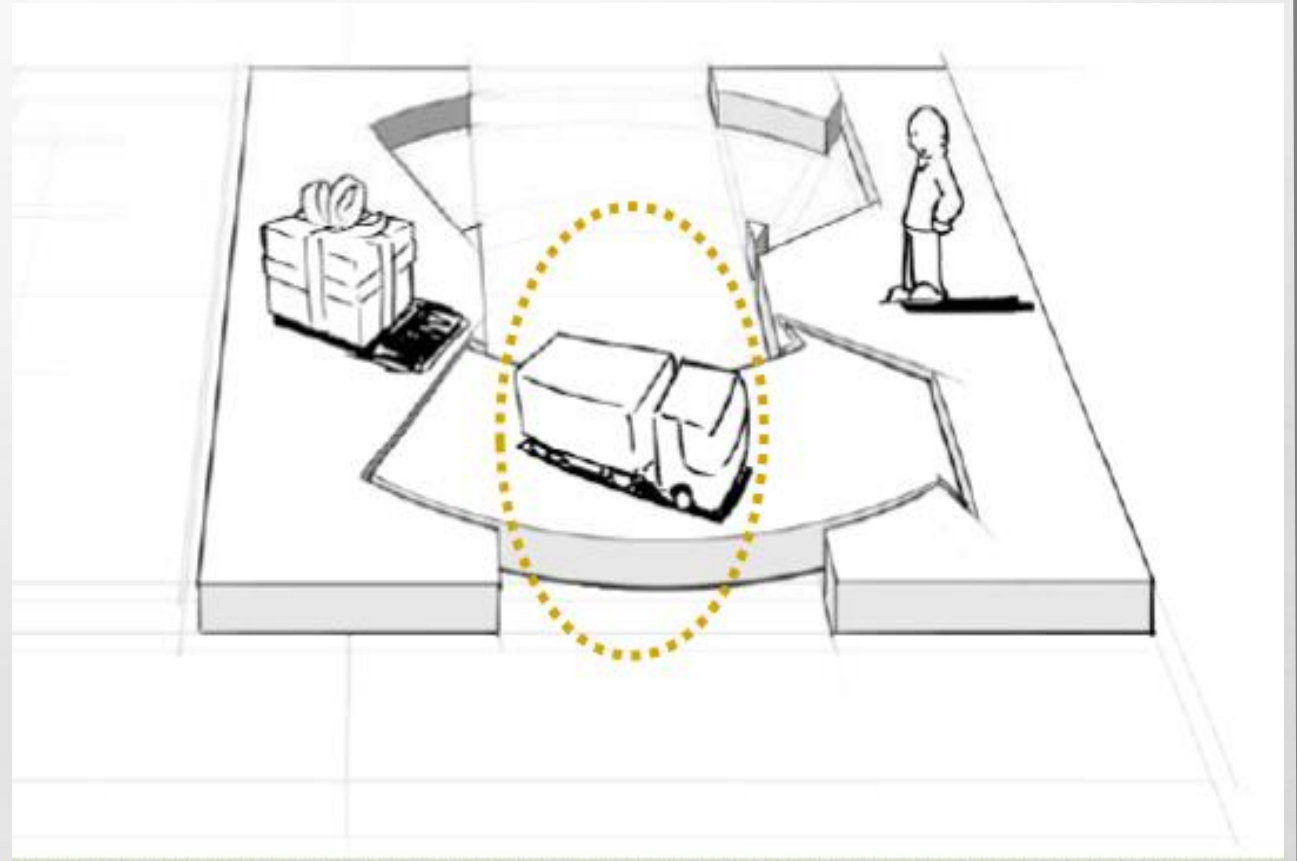
- Que ayuda ofrecemos
- Que problema vamos a resolver
- Que valor ofrecemos a nuestros clientes





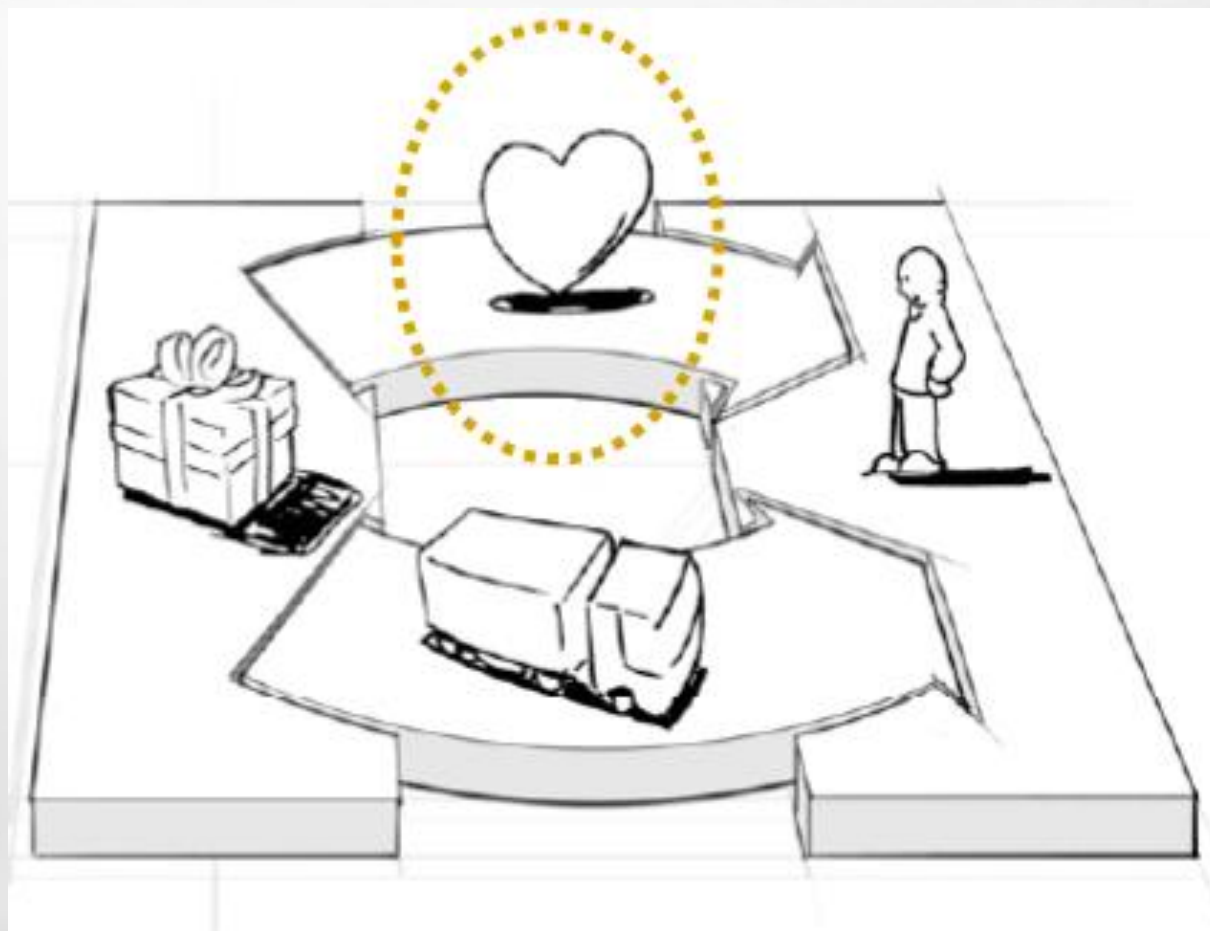
Canales de distribución y comunicación

- Como se entera el cliente de nuestra existencia
- Que haremos para que el cliente reciba nuestra propuesta de valor
- Que valor ofrecemos a nuestros clientes



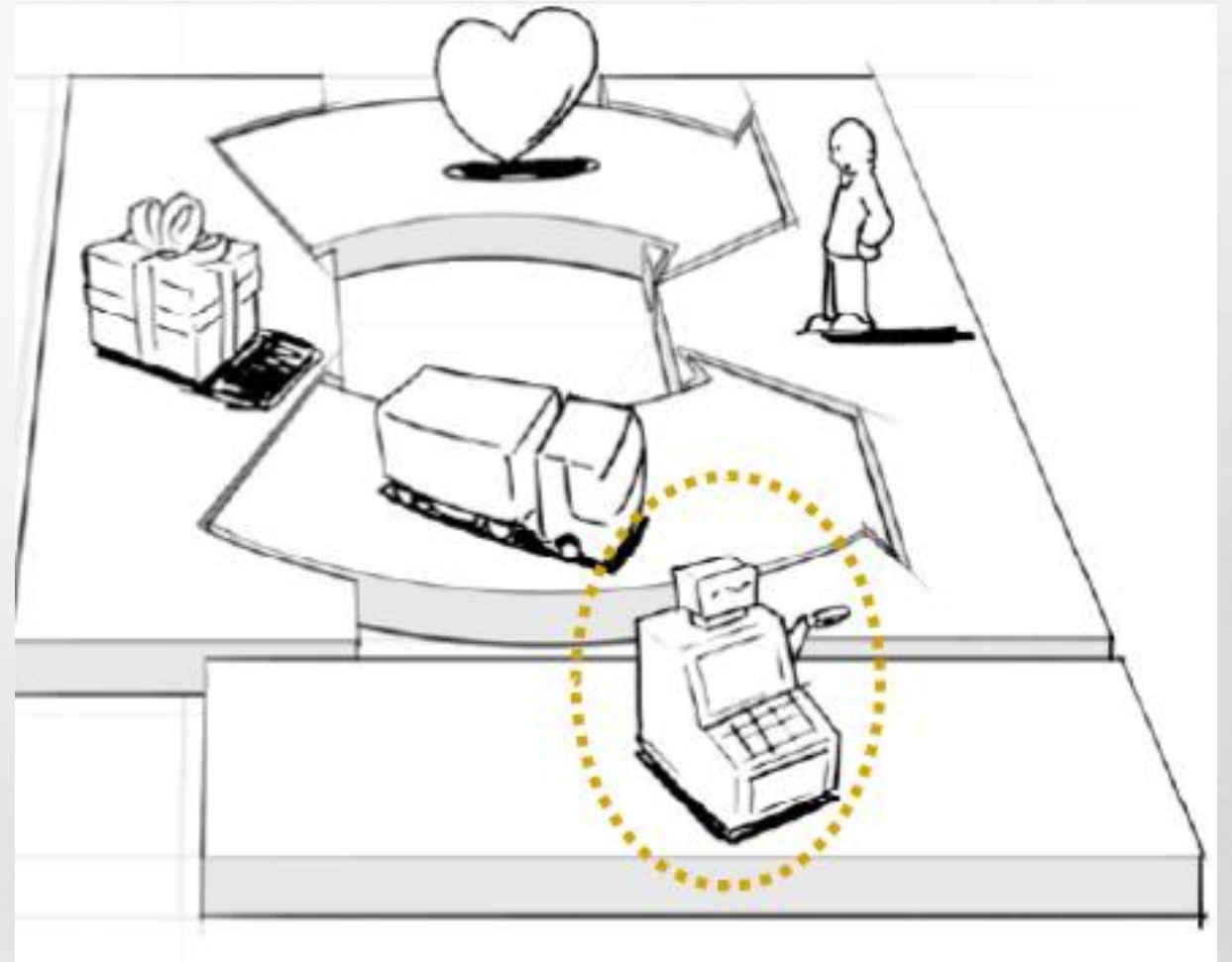
Relación con el Cliente

- ¿Cómo integrar al cliente en nuestro modelo de negocios?
- ¿Cómo hacemos para que el cliente se mantenga ligado a nuestra propuesta?



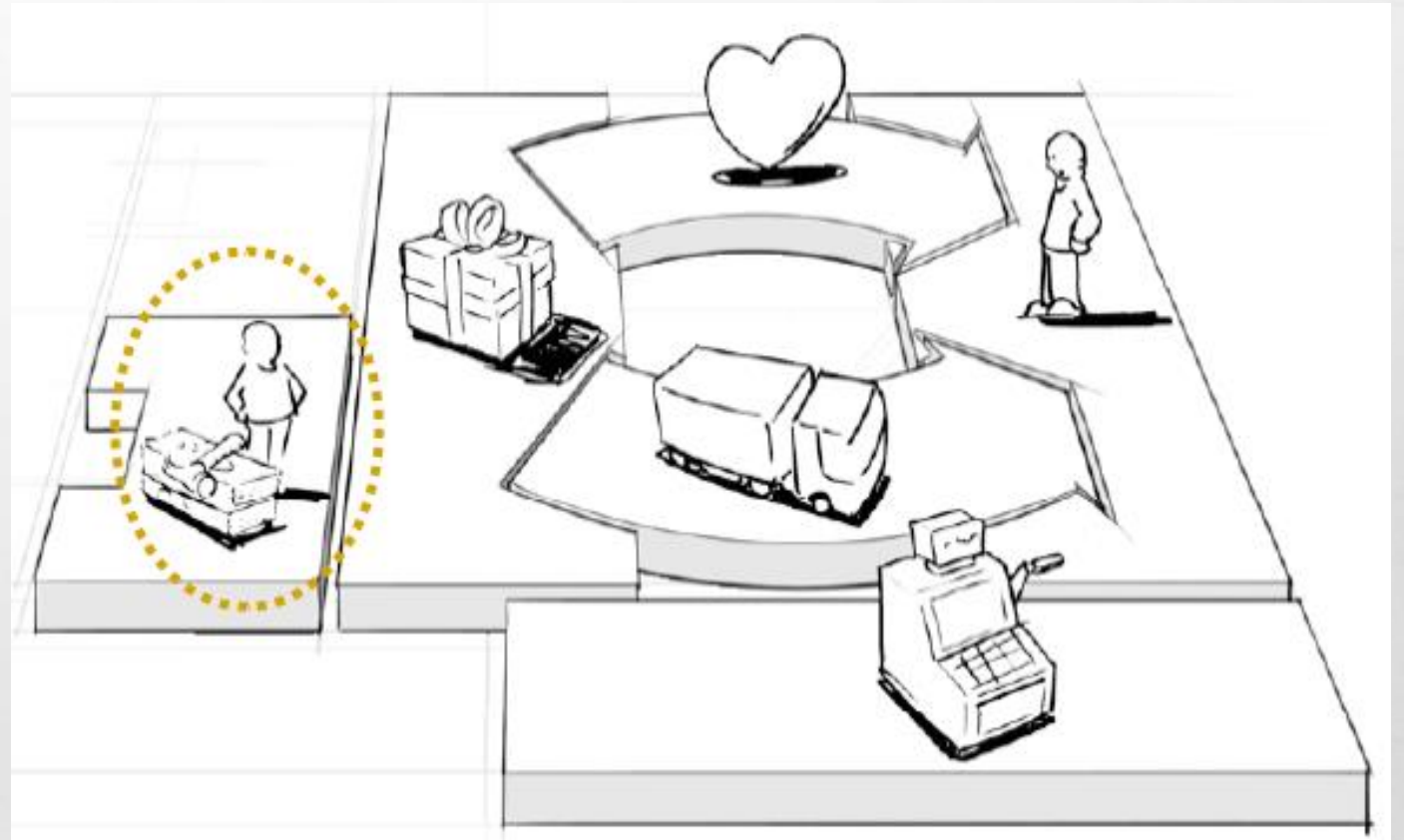
Flujos o fuentes de ingresos

- ¿Qué ingresos, en que concepto y con quienes?



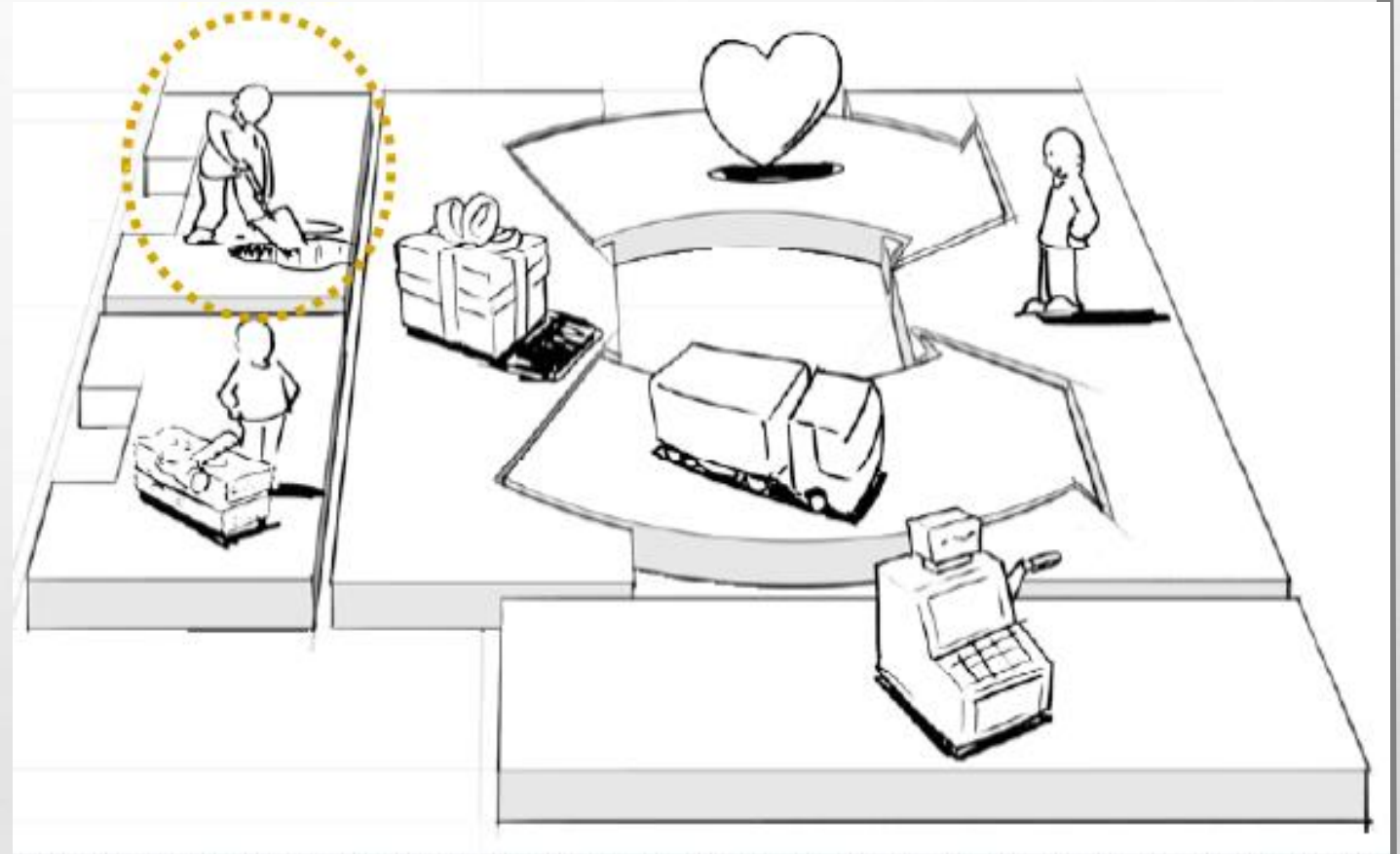
Recursos Clave

- ¿Qué somos? Nuestros recursos tangibles e intangibles (experiencias, contactos, habilidades...)
- ¿Qué elementos tenemos para construir la propuesta de valor?



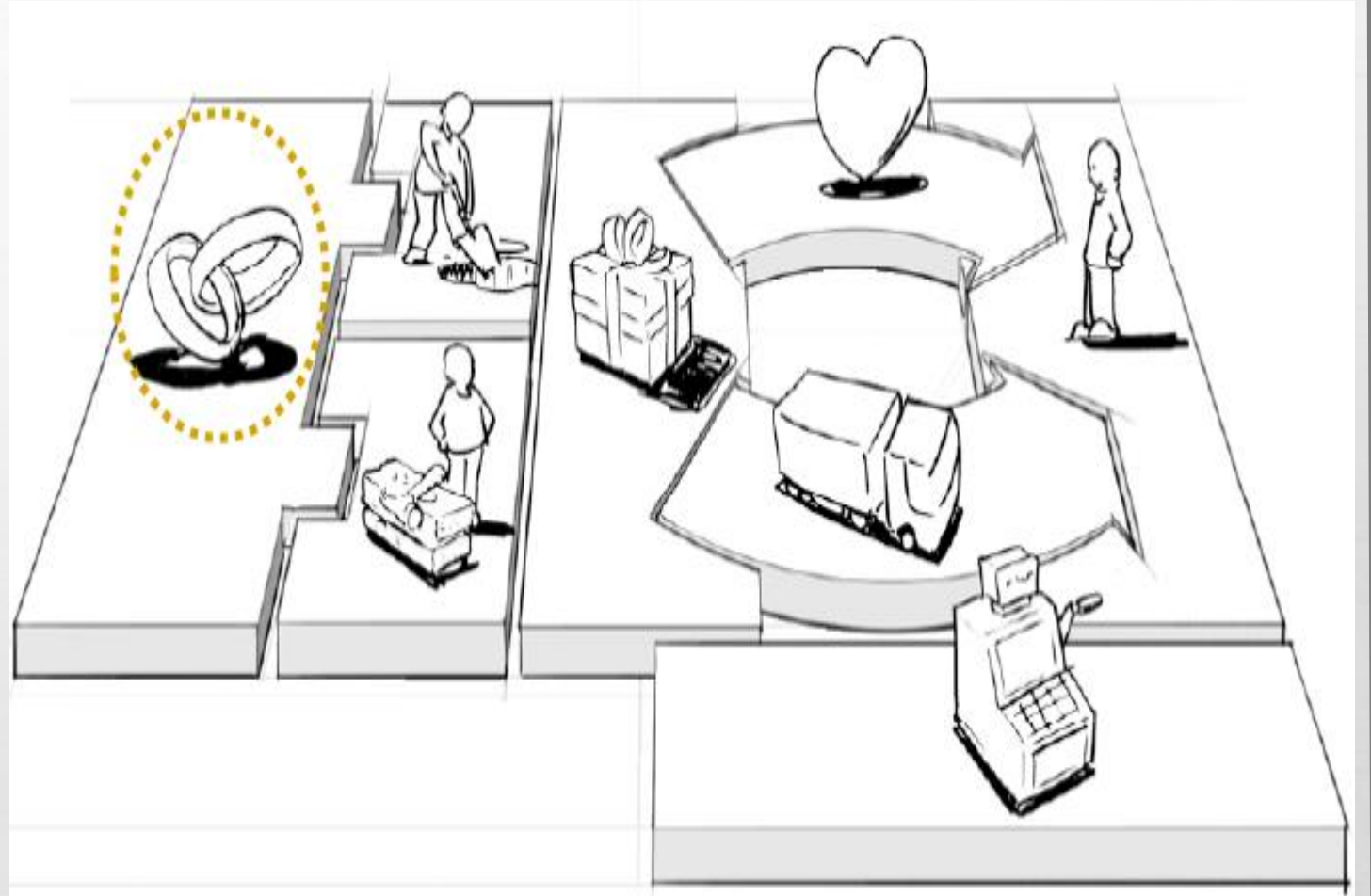
Actividades claves

- ¿Qué hacemos para ofrecer nuestra propuesta?
- ¿Qué actividades y procesos deben llevarse a cabo para producir la oferta de valor?



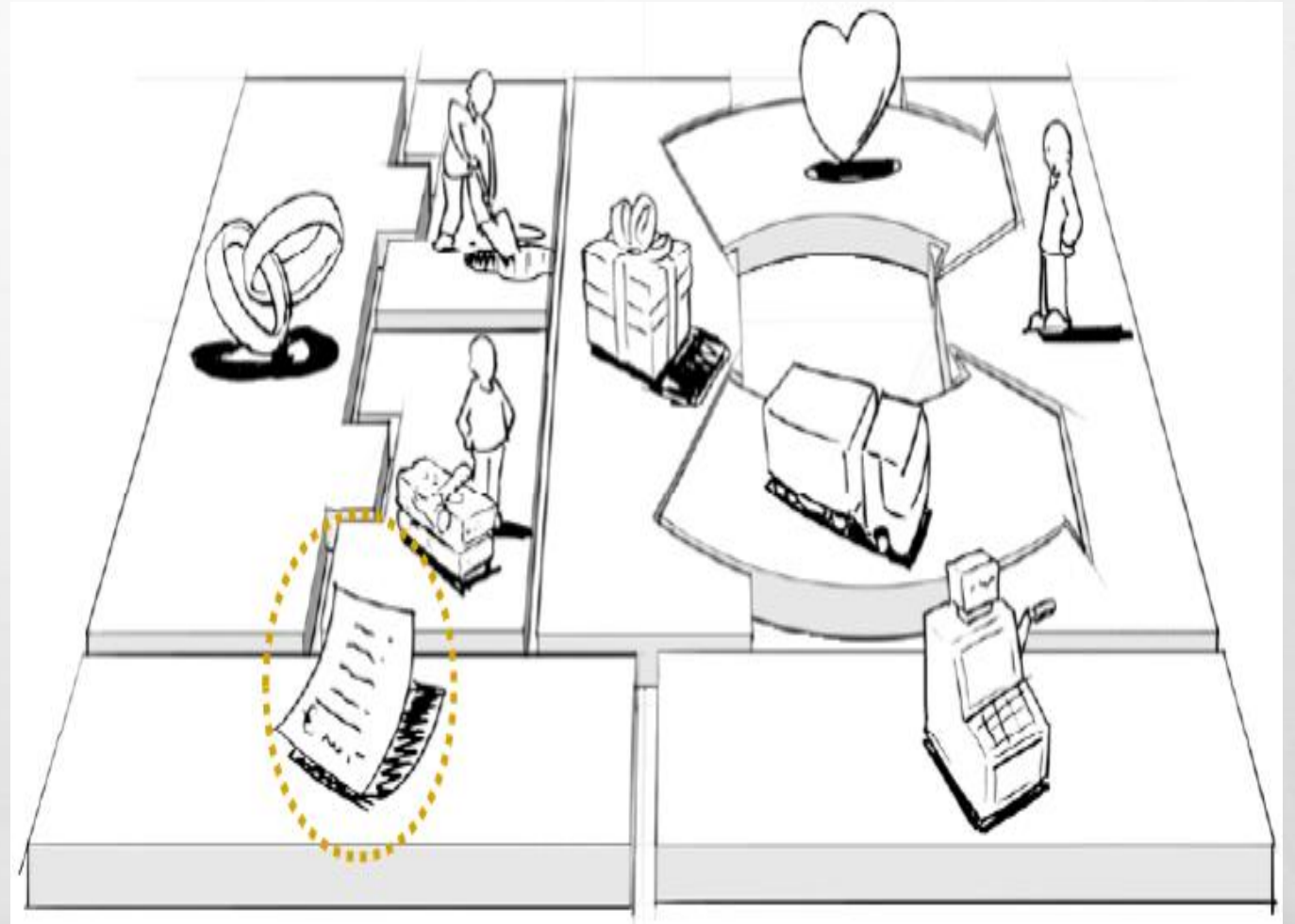
Alianzas clave

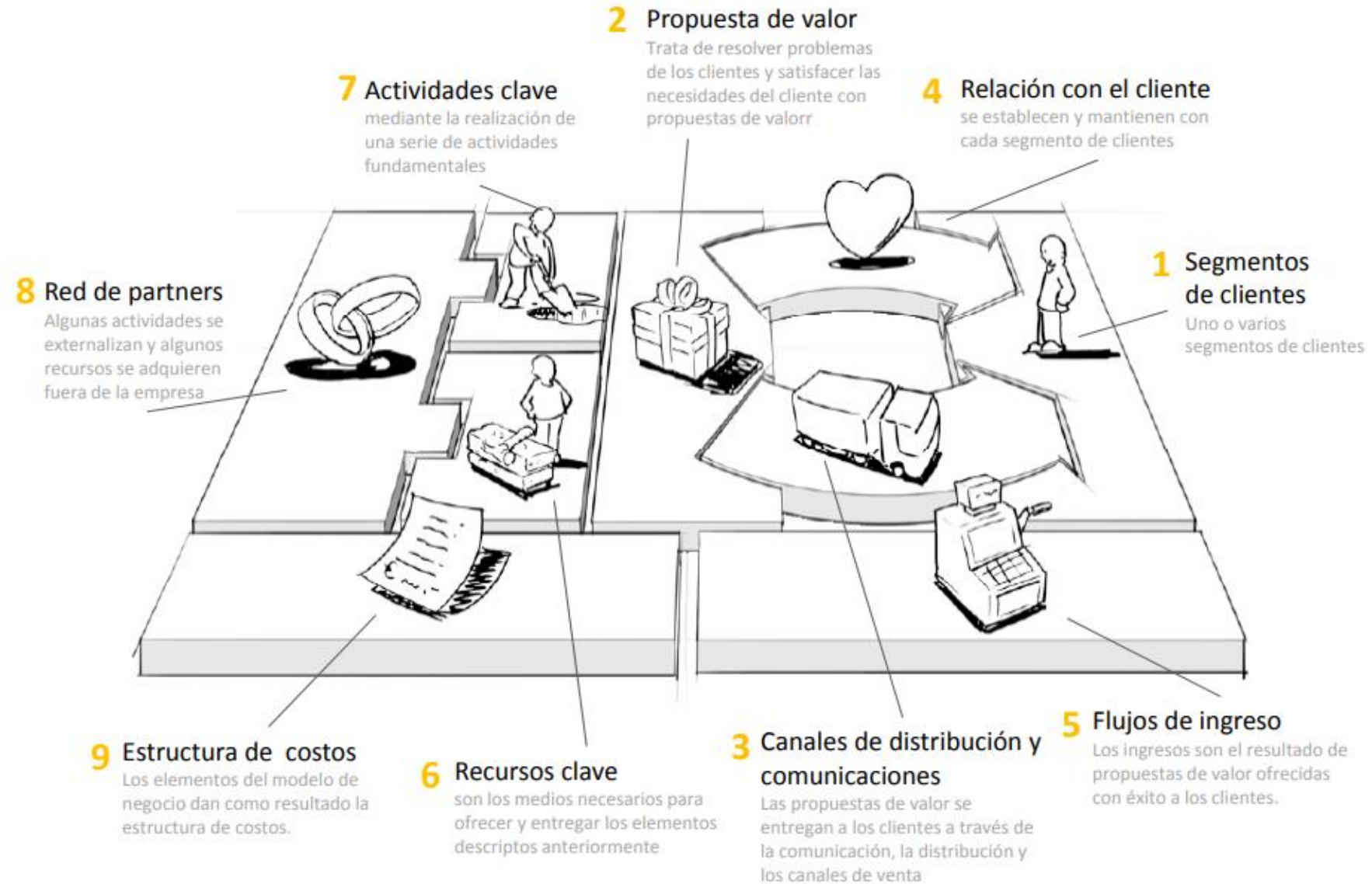
- ¿Qué socios y aliados necesito para que me ayuden a realizar las actividades y los recursos?



Estructura de Costos

- Todo lo que significa producir la propuesta de valor; llevar a cabo las actividades claves y tener recursos, implica costes. Estos ser económicos o de otra índole





Business Model Canvas

NETFLIX

Alianzas Clave:

- Estudios cinematográficos y de televisión
- Servicio postal
- Proveedores de servicio de internet
- Fabricantes de decodificadores

Actividades Clave:

- Software de reproducción de video
- Operaciones de manejo de correos
- Licencia de contenidos

Recursos Clave:

- Contenido (virtual)
- Inventario de DVD (físico)
- Servidores (físicos)

Proposición de Valor:

- Precio
- Accesibilidad
- Conveniencia

Relación con los clientes:

- Servicio propio
- Servicio automatizado

Canales:

- Netflix.com
- Aplicación móvil
- Decodificadores (cable, bluray etc.)

Segmentos de clientes:

- Mercado masivo
- Fanáticos de películas taquilleras
- Personas que sustituyen cable por satélite

Estructura de Costos:

- Costos fijos (discos)
- Costos variables (licencia por usuario, capacidad de transmisión)
- Acuerdos de licencias de contenidos

Fuentes de Ingresos

- Ganancias por suscripción mensual
- Publicidad en envoltorios de DVD



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

Business Model Canvas



Alianzas Clave:

- Anfitriones (personas que rentan su espacio)
- Huéspedes (personas que reservan espacios)
- Fotógrafos (freelance)
- Inversionistas
- Procesadores de pagos

Actividades Clave:

- Desarrollo de productos y administración.
- Crear una red de anfitriones y administrar hospedaje.
- Crear una red de viajeros y administración para huéspedes.

Recursos Clave:

- Anfitriones locales.
- Empleados capacitados.
- Tecnología.

Proposición de Valor: Clientes

Proposiciones de valor Anfitriones

- Los anfitriones pueden ganar dinero rentando su espacio.
- Airbnb ofrece seguros a los dueños de las casas.
- Tomas de fotos gratis para enlistar las propiedades hechas por fotógrafos.

Huéspedes

- Los huéspedes pueden reservar una estadía hogareña en lugar de ir a un hotel.
- Los precios son a menudo más bajos en comparación a los hoteles.

Relación con los clientes:

- Servicio al cliente
- Redes sociales
- Ofertas promocionales
- Seguros para los hogares

Canales:

- Sitio web
- Aplicación móvil para Android
- Aplicación móvil para iOS

Segmentos de clientes:

Anfitriones

- Personas propietarias de hogares que desean ganar dinero extra.
- Personas que desean conocer nuevas personas.

Huéspedes

- Personas amantes de los viajes
- Personas que desean alojamiento cómodo en un lugar económico

Estructura de Costos:

- Costos de instalación y ejecución tecnológica.
- Salarios a empleados permanentes
- Pagos a los fotógrafos freelance

Fuentes de Ingresos

- Comisión de los anfitriones por cada reservación
- Comisión de los huéspedes por cada reservación

Business Model Canvas

Lienzo de modelo de negocio : UBER

UBER

Alianzas clave		Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmentos
Conductores y sus vehículos. Procesadores de pagos. Inversionistas.		Desarrollo de productos y administración. Mercadeo y adquisición de clientes. Contratar conductores. Administrar los pagos de los conductores. Servicio al cliente.		Redes sociales. Servicio al cliente. Sistema de reseñas, calificaciones y retroalimentación.	Clientes: Quiénes no posean un Vehículo. Aquellos que no deseen manejar por cuenta propia a algún evento. Personas que deseen viajar con estilo y ser tratados como VIP.
		Recursos clave	Clientes: Tiempo de espera mínimo. Precios menores a las tarifas regulares de taxi. Transporte sin usar efectivo. Visualización del ETA y rastreo del vehículo. Conductores: Fuentes de ingreso adicional. Horarios flexibles de trabajo. Pago a los conductores por estar en línea.	Canales	Conductores: Personas que deseen viajar en algún vehículo y deseen ganar dinero. Aquellos que deseen ser llamados socios en vez de chofer.
		Plataforma tecnológica. Conductores hábiles.		Sitio en internet. Aplicaciones móviles para iOS, Android y Apple Watch.	
Estructura de costos			Fuentes de ingreso		
Estructura tecnológica / Salarios a empleados permanentes. Eventos de lanzamiento y gastos de mercadeo.			Transporte en base a millas o kilómetros. Uber X, Uber XL, Uber Black, Uber SUV, Uber Pool, Uber Select.		

VISIÓN ESTRATÉGICA

● **“UNA IMAGEN DEL
FUTURO QUE DESEAMOS”**

PETER SENGE



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO





C. Bannister 5 Mar 05

COMO SE REALIZA LA VISIÓN DE UNA EMPRESA

EL CONTESTAR ESTAS PREGUNTAS LE PUEDE ORIENTAR PARA
DEFINIR LA VISIÓN DE SU EMPRESA.

- -¿CÓMO SERÁ EL PROYECTO CUANDO HAYA ALCANZADO SU MADUREZ EN UNOS AÑOS?
- -¿CUÁLES SERÁN LOS PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFREZCA?
- -¿QUIÉNES TRABAJARÁN EN LA EMPRESA?
- -¿CUÁLES SERÁN LOS VALORES, ACTITUDES Y CLAVES DE LA EMPRESA?
- -¿CÓMO HABLARÁN DE LA EMPRESA LOS CLIENTES, LOS TRABAJADORES Y LA GENTE EN GENERAL QUE TENGA RELACIÓN CON ELLA?



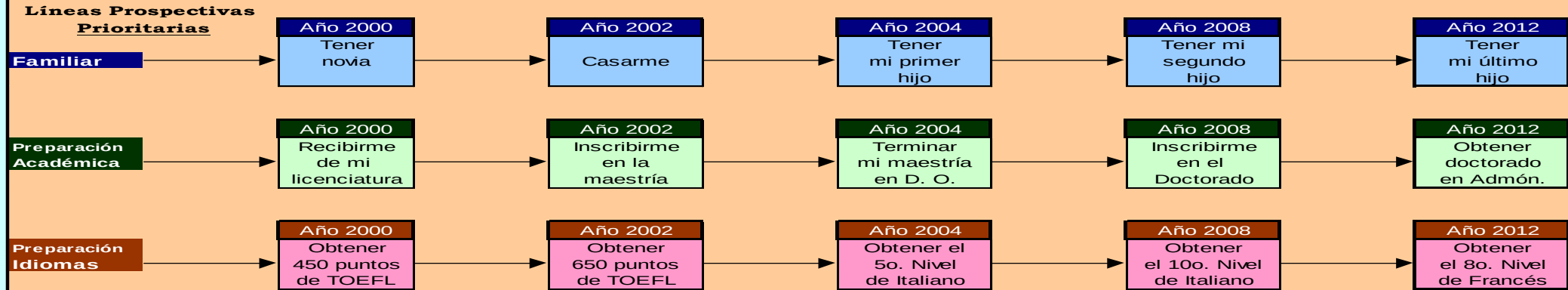
CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



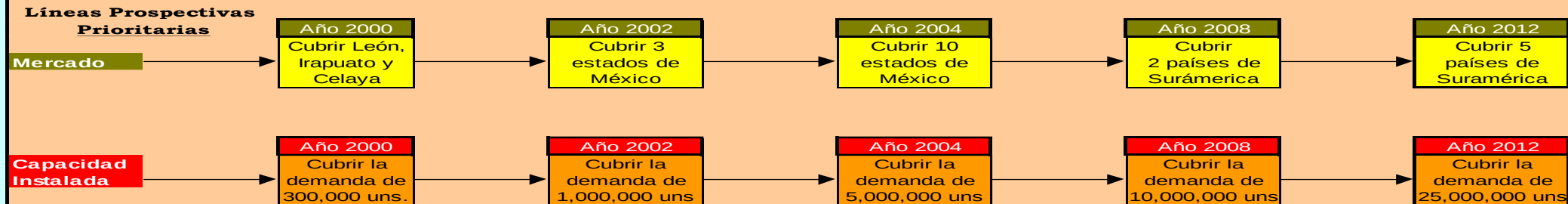
UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

RUMBO A LA VISIÓN: METAS PROSPECTIVAS

VISIONES PERSONALES



VISIONES CORPORATIVAS



CUADRO 2.7: EJEMPLOS DE VISIÓN



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

2019

Estrategia 1
Estrategia 2
Estrategia 3
Estrategia 4
Estrategia 5

2020

Estrategia 1
Estrategia 2
Estrategia 3
Estrategia 4
Estrategia 5

2021

Estrategia 1
Estrategia 2
Estrategia 3
Estrategia 4
Estrategia 5

2022

Estrategia 1
Estrategia 2
Estrategia 3
Estrategia 4
Estrategia 5

2023

Estrategia 1
Estrategia 2
Estrategia 3
Estrategia 4
Estrategia 5

Visión al 2023



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO



PENSANDO COMO UN EMPRENDEDOR

Tareas en nuestra vida

Atraer Clientes

Retenerlos

Hacerlos crecer

Objetivo:
!!! **CRECER** !!!

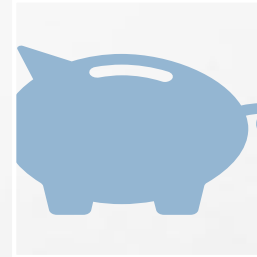


CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



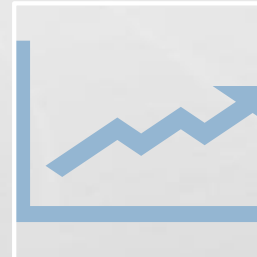
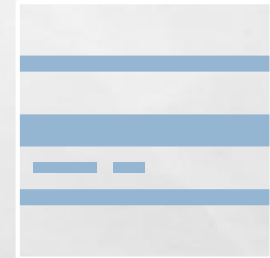
UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

FORMAS DE HACER CRECER UN NEGOCIO



1.-Aportaciones

2.- Deuda buena



3.- Utilidades



CONSULTORÍA
ASESORÍA
PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO

FORMAS DE HACER CRECER UN NEGOCIO

A continuación se muestran las transacciones económicas de una compañía durante el mes de Enero de 2017.

- a) Tres accionistas invirtieron \$50,000.00 cada uno. Se emitieron 5,000 acciones por cada accionista.
- b) Un cuarto accionista invirtió \$10,000 en efectivo y contribuyó con un edificio con un valor de \$30,000 y un terreno con un valor de \$10,000.00
- c) La compañía pidió prestado \$30,000.00 en efectivo al banco. El plazo es de un año y la tasa es del 18% anual.
- d) Se compró mercancía por un valor de \$75,000.00. Se pagaron \$30,000.00 en efectivo y se firmó una nota a pagar en 30 días.

- e) Se pagaron gastos de operación por valor de \$13,000.00
- f) Se vendió mercancía en \$70,000.00 , la cual tenía un costo de \$37,000.00
- g) Se pagaron al banco \$600.00 por concepto de intereses del mes, esto no representa pago principal.
- h) Asientos de ajuste: se registro la depreciación del edificio por un valor de \$600.00

Se le pide: registre la información, realice asientos de ajuste y elabore los estados financieros.

SIGNOS VITALES DE LAS ORGANIZACIONES

Productividad ROA

- **Utilidad de Operación**
- **Tot Activos**

Depende de la industria

Liquidez

- **Util de Oper**
- **Int por pagar**

4% o mas

Rentabilidad ROE

- **Util Neta**
- **Cap Contable**

15% o mas

DUPONT

ESTADO DE RESULTADOS	2014	%	2015	%
CONCEPTOS				
VENTAS TOTALES	299,852	100	305,164	100
COSTO DE VENTAS	218,674	73	211,015	69
RESULTADO BRUTO	81,178	27	94,149	31
GASTOS DE OPERACIÓN	61,855	21	50,491	17
ÚTIL. DE OPERACIÓN	19,322	6.4	43,658	14.3
INTERESES PAGADOS	3,877	1.3	5,548	1.8
INTERESES GANADOS	0	0.0	0	0.0
PERDIDA CAMBIARÍA	0	0.0	0	0.0
RESUL. POS. MONETAR.	0	0.0	0	0.0
C. I. F.	3,877	1.3	5,548	1.8
OPERACIONES FINANCIERAS	0	0.0	0	0.0
U. A. I.	15,445	5.2	38,109	12.5
I. S. R. e IMPAC y PTU	-3,524	-1.2	15,724	5.2
	0	0.0	0	0.0
RESUL. DE SUBSID.	0	0.0	0	0.0
RESULTADO NETO POR OPERACION	18,969	6.3	22,386	7.3
RESULTADO POR OPERACIONES DI	0	0.0	0	0.0
PARTIDAS EXTRAOR.(GANACIA)	0	0.0	0	0.0
EFEC. AL INICIO DEL EJER. POR CAM	0	0.0	0	0.0
PARTICIP. MINORITARIA	-96	0.0	396	0.1
UTILIDAD NETA	19,065	6.4	21,989	7.2
DEPRECIACION	4,748	1.6	11,703	3.8

DUPONT

BALANCE	2014	%	2015	%
CONCEPTO				
DISPONIBLE	36,085	9	18,594	5
CUENTAS POR COBRAR	52,366	14	51,423	14
INVENTARIOS	48,081	13	50,802	14
OTROS ACTIVOS CIRCULANTES	26,392	7	12,232	3
ACTIVO CIRCULANTE	162,923	43	133,051	37
ACTIVO FIJO	109,508	29	110,419	31
OTROS ACTIVOS	109,219	29	112,668	32
ACTIVO TOTAL	381,651	100	356,137	100
PROVEEDORES Y OTROS	28,502	7.5	30,194	8.5
PASIVO BANCARIO	10,025	3	14,963	4
OTROS PASIVOS CIRCULANTES	46,507	12.2	34,778	9.8
TOTAL PASIVO CIRCULANTE	85,034	22	79,935	22
PASIVO A LARGO PLAZO	59,424	16	72,652	20
OTROS PASIVOS	103,446	27.1	102,900	28.9
PASIVO TOTAL	247,904	65	255,487	72
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	121,858	32	95,402	27
CAPITAL CONTABLE MINORITARIO	11,889	3.1	5,248	1.5
TOTAL CAPITAL	133,747	35	100,650	28
TOTAL CAPITAL MAS PASIVO	381,651	100	356,137	100

BASF

ESTADO DE RESULTADOS CONCEPTOS	2014	%	2015	%
VENTAS TOTALES	476,430	100	542,536	100
COSTO DE VENTAS	326,464	69	375,274	69
RESULTADO BRUTO	149,966	31	167,262	31
GASTOS DE OPERACIÓN	84,061	18	93,271	17
ÚTIL. DE OPERACIÓN	65,905	13.8	73,990	13.6
INTERESES PAGADOS	2,616	0.5	2,158	0.4
INTERESES GANADOS	0	0.0	0	0.0
PERDIDA CAMBIARÍA	557	0.1	1,040	0.2
RESUL. POS. MONETAR.	0	0.0	0	0.0
C. I. F.	3,173	0.7	3,197	0.6
OPERACIONES FINANCIERAS	0	0.0	0	0.0
U. A. I.	62,732	13.2	70,793	13.0
I. S. R. e IMPAC y PTU	28,095	5.9	35,007	6.5
	0	0.0	0	0.0
RESUL. DE SUBSID.	0	0.0	0	0.0
RESULTADO NETO POR OPERACION	34,638	7.3	35,786	6.6
RESULTADO POR OPERACIONES DIS	7,469	1.6	-4,346	-0.8
PARTIDAS EXTRAOR.(GANACIA)	0	0.0	0	0.0
EFEC. AL INICIO DEL EJER. POR CAM	91	0.0	-71	0.0
PARTICIP. MINORITARIA	1,637	0.3	2,041	0.4
UTILIDAD NETA	25,439	5.3	38,162	7.0
DEPRECIACION	30,799	6.5	39,581	7.3

BASF				
BALANCE				
CONCEPTO	2014	%	2015	%
DISPONIBLE	29,072	6	13,845	3
CUENTAS POR COBRAR	74,388	17	89,103	20
INVENTARIOS	58,961	13	68,922	15
OTROS ACTIVOS CIRCULANTES	27,070	6	20,135	4
ACTIVO CIRCULANTE	189,491	42	192,006	42
ACTIVO FIJO	165,797	37	177,528	39
OTROS ACTIVOS	94,626	21	83,206	18
ACTIVO TOTAL	449,914	100	452,740	100
PROVEEDORES Y OTROS	30,100	6.7	35,247	7.8
PASIVO BANCARIO	18,440	4	3,291	1
OTROS PASIVOS CIRCULANTES	59,017	13.1	67,888	15.0
TOTAL PASIVO CIRCULANTE	107,557	24	106,426	24
PASIVO A LARGO PLAZO	117,943	26	110,663	24
OTROS PASIVOS	13,693	3.0	13,236	2.9
PASIVO TOTAL	239,192	53	230,324	51
CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	206,553	46	216,300	48
CAPITAL CONTABLE MINORITARIO	4,169	0.9	6,115	1.4
TOTAL CAPITAL	210,722	47	222,416	49
TOTAL CAPITAL MAS PASIVO	449,914	100	452,740	100

OTROS INDICADORES

Razones de productividad

$$\text{Rot de ctas por cobrar} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Ctas por cobrar}}$$

$$\text{Dias cobranza} = \frac{365}{\text{Rotacion}}$$

$$\text{Rot de planta y equipo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Planta y equipo}}$$

$$\text{Periodo de inventario} = \frac{\text{Inventario}}{\text{Costo de ventas}/365}$$

Razones de liquidez

$$\text{Dias en ctas por pagar} = \frac{\text{Ctas por pagar (365)}}{\text{Costo de ventas}}$$

$$\text{Palanca Financiera} = \frac{\text{Total pasivos}}{\text{Total de capital}}$$

$$\text{Razon circulante} = \frac{\text{Activos circulantes}}{\text{Pasivos circulantes}}$$

$$\text{Periodo de recuperacion} = \frac{\text{Capital contable}}{\text{Utilidad neta}}$$

¿CÓMO AUMENTAR EL CICLO DE CONVERSIÓN DE EFECTIVO?

- **MÉTODO**

CONSECUENCIAS

EL PUNTO DE EQUILIBRIO