

# IVAAMI

*Cultura en Finanzas*



Economía, la ciencia de la escasez, como algunos estudiosos la han definido. Una ciencia compleja y de la cual emanan diversas disciplinas tales como la administración, la contabilidad, la econometría, las finanzas, entre otras, a través de las cuales se sostiene y busca comprobar sus teorías así como evaluar sus resultados.

El objetivo fundamental de la ciencia económica, de manera concreta es que una sociedad logre la satisfacción de sus necesidades administrando esos recursos limitados, es decir, realizar más con menos. Precisamente, en este marco es en donde aparecen las Finanzas, una disciplina apasionante y que nos enseña a cómo obtener, maximizar a través de la inversión, sortear riesgos y ahorrar los recursos monetarios de una persona, una empresa o un país.



No olvidemos que los tiempos actuales nos obligan a orientar a estas disciplinas hacia un camino más solidario y empático con las personas más vulnerables y necesitadas.

Reitero, disciplinas apasionantes, indispensables pero también complejas. Precisamente por esa razón, en la Facultad de Ciencias Administrativas nos sentimos orgullosos y reconocemos el esfuerzo del equipo conformado por nuestras queridas alumnas de 7º semestre de la licenciatura en Contaduría y Finanzas quienes, con toda la iniciativa y entusiasmo que caracterizan a un lasallista, han tenido a bien crear esta interesante revista digital, *IVAVI: Cultura en Finanzas*. Un medio a través del cual nos compartirán conocimientos complejos de la materia de una manera ágil, clara, accesible para quienes no estén familiarizados con el ámbito de la ciencia económica y en donde abordarán temas tanto de índole financiera como fiscal, económica, laboral y legal que, como individuos pertenecientes a una sociedad, independientemente de la actividad o perfil profesional, nos atañe a todos. Tengo la plena seguridad de que esta revista será un legado que nuestras alumnas dejarán a la Facultad de Ciencias Administrativas y a la Universidad la Salle Pachuca y confió en que todos los alumnos de la misma, así como el claustro docente asumirán el reto de mantenerla vigente y actualizada mediante la abierta participación de todas y todos aquellos interesados en ella. Con todo mi reconocimiento y aprecio, enhorabuena, les deseo el mayor de los éxitos.

Indivisa Manent

M.A. Mario Alberto Rosano García

Director de la Facultad de Ciencias Administrativas

**8** Conceptos Básicos para  
entender las Finanzas

**11** Desajuste entre Cobros  
y Pagos: Dolor de cabeza  
de PYMES

**16** Monopolio de Disney

**19** ¿Tienes Miedo a  
Comprar en Línea?

**24** El Impacto de la  
Educación Financiera  
en tu Vida

**28** ¿Sabías que...?

**ÍNDICE**

# ***Editorial***

El dinero es el común denominador en todo el mundo, nosotros lo vemos a diario, pero ¿realmente conocemos su funcionamiento?

La revista *IVAVI: cultura en finanzas*, tiene como propósito mostrarte el amplio campo de las finanzas y la economía, queremos ayudarte a comprender los temas que, a simple vista parecen complicados o confusos, servir de consejeras para mejorar tus hábitos financieros, ayudarte a identificar las áreas financieras de tu vida diaria en las que puedes mejorar. Y, de esta manera, generar una verdadera cultura en finanzas, es decir, un conjunto de conocimientos que te permitirán desarrollar un juicio crítico en la materia (RAE, 2020).

Nos encontramos en una situación donde la economía ha dado un giro de 180°, por lo tanto, la solidaridad y la empatía son valores clave que se tienen que poner en práctica día con día, con IVAVI buscamos servir como una plataforma que facilite el acceso a la información económica y financiera en cada uno de los artículos que te compartiremos en las diferentes ediciones y juntos, hacer de esta –nueva normalidad– una época de crecimiento en comunidad.



**“NUNCA INVIERTE EN UN  
PUEDES ENT**

**UN NEGOCIO QUE NO  
"SE ENTIENDE". Warren Buffet**



# CONCEPTOS BÁSICOS PARA

*Por: María José Pérez*

Día a día, en cada momento de nuestras vidas, estamos realizando transacciones monetarias desde que despertamos hasta que vamos a dormir; todo el tiempo estamos envueltos en el mundo monetario y por ende en el ámbito financiero. Si bien, es sabido que los mexicanos suelen tener problemas con el dinero también es sabido que ahora los llamados *millennials* tenemos acceso inmediato a la información, resultando fácil aprender y encontrar información.

Muchas veces resulta difícil entender algunos tecnicismos del ámbito financiero que trae como consecuencias una mala relación con el dinero, generando que la gente viva endeudada. Es por ello que resulta importante entender algunos conceptos básicos del ámbito financiero.

## **Ahorro**

El primer concepto a desarrollar es el ahorro; la cultura del ahorro según la CONDUSEF (2017), de manera formal, es muy importante porque así el dinero está seguro en alguna institución bancaria y puede ser utilizado para emergencias como hospitalizaciones, fallecimientos, o como protección en caso de robo en cualquier momento (dependiendo del plan de ahorro). Si se ahorra, no habrá necesidad de pedir préstamos innecesarios, teniendo como fin el no descapitalizarse.

# ENTENDER LAS FINANZAS

Debes ser constante para convertir el ahorro en un hábito y, si se tiene una cuenta de ahorro en algún banco, la persona se ve obligada a ahorrar, además de tener beneficios monetarios en la mayoría de las cuentas porque al estar ingresando dinero, la cuenta de ahorro da rendimientos en muchas ocasiones, es decir, que la institución da dinero (un porcentaje) al ahorrador por guardar ahí su dinero.



## ***Tarjetas de crédito y débito***

Un instrumento financiero usado con frecuencia son las tarjetas de crédito. La tarjeta de crédito, según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP del Gobierno de Perú (s.f.), es una herramienta de pago mediante la cual se permite una línea de crédito por un plazo determinado. En este financiamiento se asume la obligación de devolver el importe utilizado y pagar los intereses, comisiones bancarias y gastos estipulados conforme al contrato; este se anuncia en el estado de cuenta que se remite de manera mensual. La tarjeta de crédito no debe confundirse con la *tarjeta de débito*, menciona la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP del Gobierno de Perú (s.f.), pues la tarjeta de débito es un instrumento de pago con el cual se pueden cumplir múltiples operaciones sin necesidad de usar efectivo. Las operaciones solo se van a realizar si hay dinero en la cuenta.

Es decir, solo se permite el cobro hasta el límite de los fondos de la cuenta.

Por el contrario, con la tarjeta de crédito, menciona el BBVA (2018), se pueden pagar bienes incluso si no se dispone de fondos, ya que se puede aplazar el cobro hasta el mes siguiente. De esta forma, el titular de la cuenta contrae una deuda con el banco hasta cierto límite, dependiendo del crédito que se admita en la cuenta.



# DESAJUSTE ENTRE COBROS Y PAGOS: DOLOR DE CABEZA DE PYMES

*Por:* María Luisa Ayala

Un *estado de resultados* nos muestra las utilidades de las pequeñas y medianas empresas (pymes), pero no nos muestra si el dinero realmente entró o salió de la empresa o cuándo se registraron ingresos y egresos. En el *flujo de caja*, se registran los ingresos y egresos; esto es de gran importancia para la administración financiera exitosa de las pymes.

Las *cuentas clientes* o *cuentas por cobrar* del balance existen porque las empresas dan crédito a sus compradores, es decir, hoy te doy el producto y dentro de los próximos 30 o 60 días te cobro, entonces, cuando recibo el pago, es el momento en el que realmente **ingresa** el dinero a la empresa.

La *cuenta de proveedores* tiene el mismo origen, yo recibo hoy del proveedor la materia prima, pero tengo de 30 o 60 días para pagar, cuando le pago a mi proveedor es el momento en el que **egresa** el dinero de mi empresa.

El *estado de resultados* refleja las ventas, pero solo el momento en que le di a mi comprador el producto y no el momento en que realmente el dinero ingresó a mi empresa, porque les di crédito a mis clientes.

Los mismo pasa con mis costos, en el estado de resultados se refleja que compré para producir pero no cuando en realidad le pagué a mi proveedor.

Veamos un ejemplo para entenderlo mejor:

En enero vendí \$100 y mis costos/gastos fueron de \$80, por lo que tengo una utilidad de \$20. Pero a mis clientes les doy crédito por 60 días, es decir, me pagan hasta marzo y mis proveedores me dan crédito a 30 días, tengo que pagar en febrero.

¿Tengo dinero en febrero para pagar a mis proveedores? La respuesta es NO, vendí el producto pero el dinero no ingresa a la empresa hasta marzo.

Estado de resultados		
	Enero	Febrero
Ventas	100	100
Costo/gastos	80	80
<b>Utilidad</b>	<b>20</b>	<b>20</b>

Flujo de Caja				
	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Ingresos	0	0	100	100
Egresos	0	80	80	
<b>Flujo de caja</b>	<b>0</b>	<b>-80</b>	<b>20</b>	

En el estado de resultados de enero, tengo utilidad de \$20, pero en realidad ese dinero no se verá reflejado en la empresa sino hasta marzo, que es cuando realmente lo recibo; esto me causa un problema en febrero porque no tengo dinero para pagar los \$80 pesos a mis proveedores, por lo que tendré que pedir dinero prestado, incrementando mis gastos financieros y por ende reduciendo la utilidad, o no podré pagar a mis proveedores, lo que provocará multas o incluso puedo perder la relación comercial con ellos.



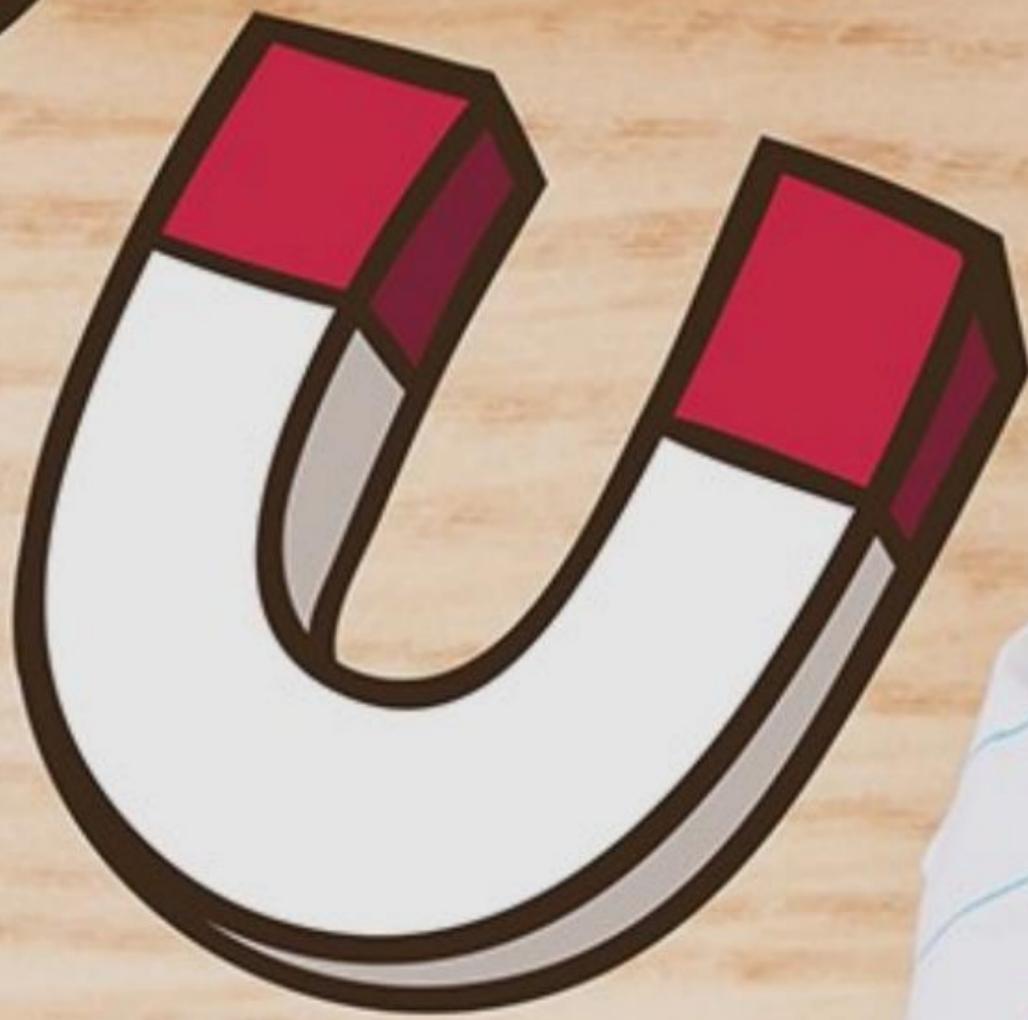
En marzo, tengo un excedente de \$20; este excedente lo puedo invertir a corto plazo o puedo guardarlo como fondo de emergencia.

Un ejemplo real sería con las grandes empresas de supermercados que pagan a 90 días; si tienen en cuenta que ese dinero no llegará sino hasta dentro de 90 días, no podrán seguir produciendo o se endeudarán y, a la larga, eso generará más costos.

Si se vende a consignación en una pequeña tienda, la empresa no tendrá los ingresos hasta que se venda y la tienda pague a la empresa.

No llevar control de flujo de efectivo es una de las causas más frecuentes por las que las pymes quiebran, es por eso que, si eres emprendedor o tienes una empresa, es de vital importancia proyectar los flujos de efectivo, es decir, saber cuándo realmente el dinero entrará y saldrá de la empresa.





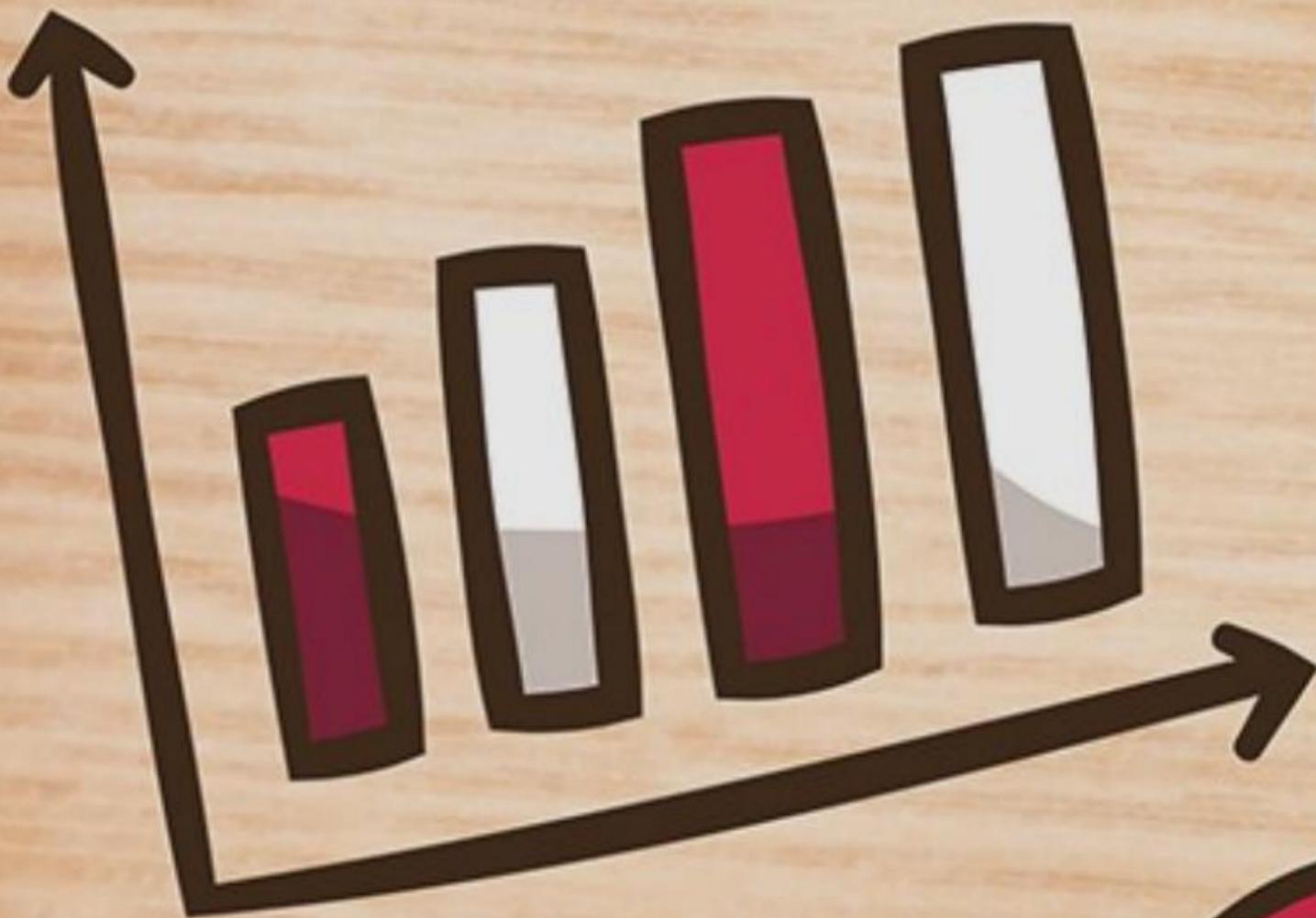
*“El precio*

*que pa*

*El valor*

*que rec*

*Warren B*



io es la  
ugas.

es la  
ibes”

Buffett



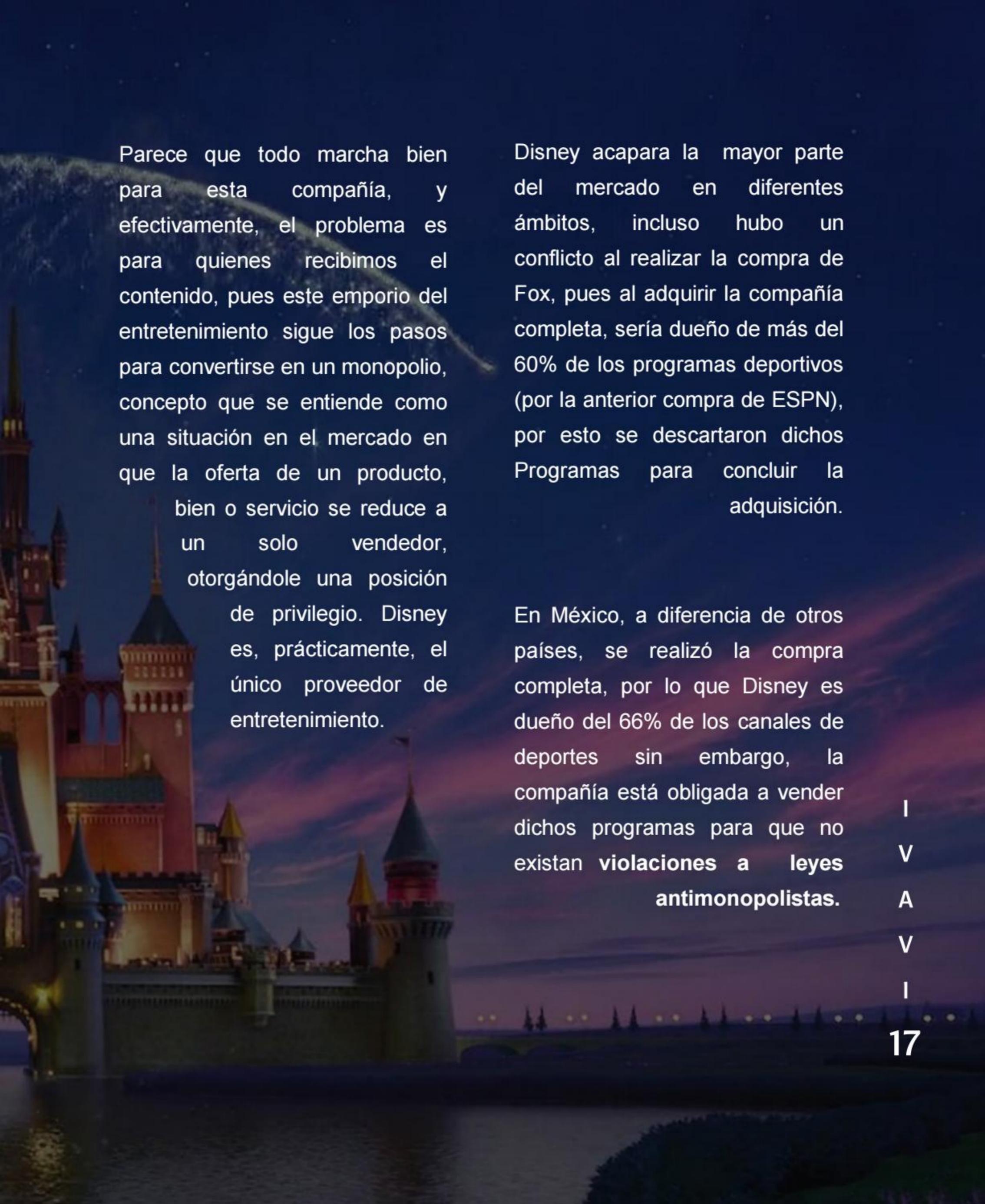
# MONOPOLIO DE DISNEY

Por: Janet Badillo

Con la reciente compra de 21st Century Fox, Disney se ha convertido en la compañía de entretenimiento más grande del mundo. Este título lo ha ganado gracias a la diversificación que ha construido, alcanzando mayores mercados y generando más ganancias.

El imperio de la compañía Disney ha crecido progresivamente a lo largo de los años hasta convertirse en lo que hoy conocemos, el monstruo del entretenimiento.

Dentro de sus compras se encuentran compañías como Marvel Studios, Pixar, Lucas Films, ABC, ESPN y, más recientemente, Fox, haciéndola casi insuperable, además de anunciar el próximo lanzamiento de su plataforma de *streaming*, Disney+, la cual se estima que será el próximo líder de este mercado.

A castle with multiple towers and spires is illuminated at night. The sky is dark with a bright shooting star streaking across it. The castle's lights reflect on the water in the foreground.

Parece que todo marcha bien para esta compañía, y efectivamente, el problema es para quienes recibimos el contenido, pues este emporio del entretenimiento sigue los pasos para convertirse en un monopolio, concepto que se entiende como una situación en el mercado en que la oferta de un producto, bien o servicio se reduce a un solo vendedor, otorgándole una posición de privilegio. Disney es, prácticamente, el único proveedor de entretenimiento.

Disney acapara la mayor parte del mercado en diferentes ámbitos, incluso hubo un conflicto al realizar la compra de Fox, pues al adquirir la compañía completa, sería dueño de más del 60% de los programas deportivos (por la anterior compra de ESPN), por esto se descartaron dichos Programas para concluir la adquisición.

En México, a diferencia de otros países, se realizó la compra completa, por lo que Disney es dueño del 66% de los canales de deportes sin embargo, la compañía está obligada a vender dichos programas para que no existan **violaciones a leyes antimonopolistas.**

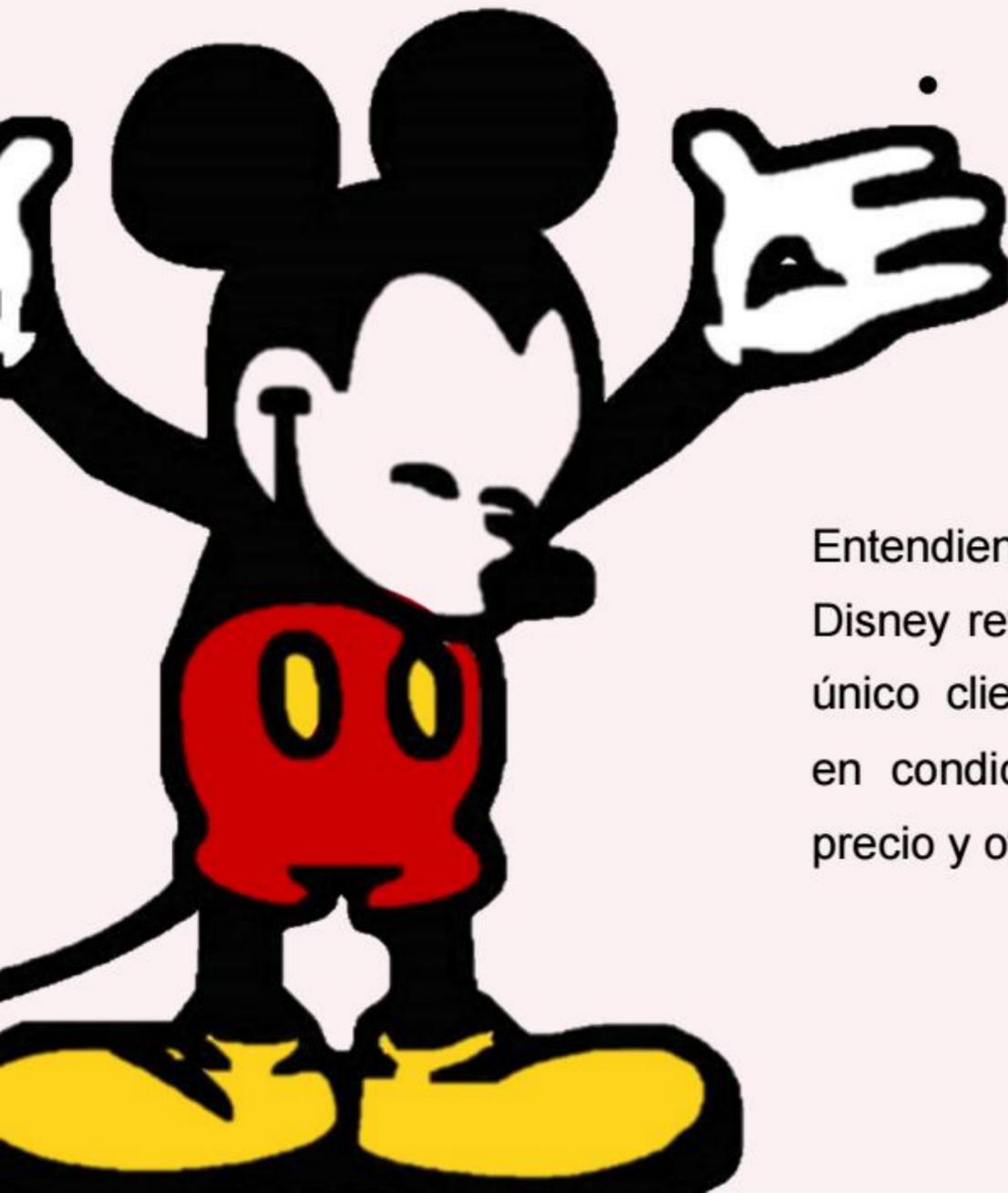
## *¿Cuál es el verdadero problema del MONOPOLIO DE DISNEY y en qué nos afecta?*

- **No existe competencia económica.** Esta empresa, al no tener contrincantes, puede manipular los precios que ofrece, colocando a los consumidores en una situación desventajosa, sin la oportunidad de elegir entre diferentes precios o productos.
- **Menor oferta en el mercado.** Si bien Disney es muy diversificado, también es necesario hacer hincapié en su enfoque familiar, por lo que algunas propuestas dirigidas al público adulto podrían tener menor relevancia o hasta llegar a descartarse, creando menos contenido para la audiencia que disfruta de este.

- **Sin competencia no hay mejoras.**

Es claro, un buen competidor siempre nos impulsa a mejorar, al no existir esta competencia podríamos caer en contenido conformista.

Entendiendo esto, claramente el monopolio Disney retribuye de una manera negativa a su único cliente, los consumidores, poniéndonos en condiciones desventajosas en relación al precio y oferta que recibimos.

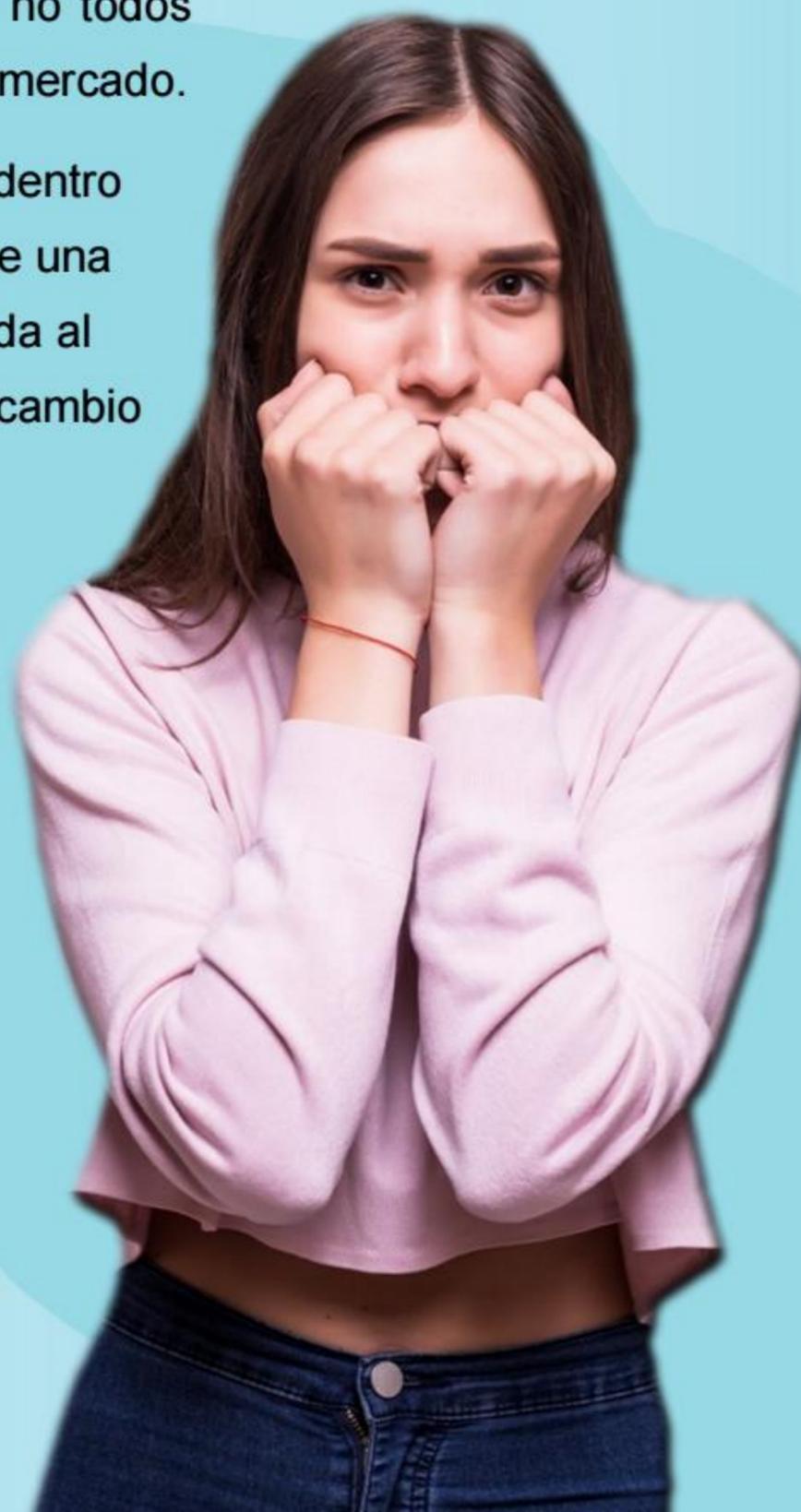


# ¿TIENES MIEDO A COMPRAR EN LÍNEA?

*Por: Patricia Hernández*

En pleno siglo XXI se vive el auge del *e-commerce*. Las generaciones más jóvenes, como los *millennials* y *centennials*, son las que están más familiarizadas con este tipo de comercio, sin olvidar que no todos participan de manera activa en este tipo de mercado.

El comercio en línea puede tener variantes dentro del mismo. Existe el *e-commerce* a través de una página en línea donde algún proveedor ayuda al vendedor y al comprador a manejar el intercambio de dinero, como por ejemplo, Shoppify, ya sea un vendedor gigante como Liverpool, que en su página puedes encontrar sus mismos productos o diferentes para que puedan llegarte a la puerta de tu casa, o un pequeño comerciante que busca vender sus productos sin la necesidad de un local.



Y ahora, viene la nueva moda del comercio online por medio de redes sociales. Facebook maneja su pequeña sección llamada *Marketplace*, donde cualquier usuario puede vender productos que estén dentro de las políticas de Facebook. Y tenemos la gran moda popularidad de Instagram, donde se crean perfiles especiales para un pequeño negocio y desde la red social se ve todo sobre la venta del producto. Además, es posible que dentro de a venta se intercambien números telefónicos para dar seguimiento al proceso de venta por medio de WhatsApp, se mandan fotos sobre el producto y la guía de rastreo de la paquetería para que el comprador siga el paquete hasta que le llegue a su casa.

Pertenecer a una generación donde la mayoría nace con un aparato tecnológico bajo el brazo no es sinónimo de tener plena confianza en el *e-commerce*, lo que nos lleva a enlistar los principales miedos de las personas para participar en el comercio en línea:

- No saber si el producto que te va a llegar a tu casa es el mismo que el que te enviaron por foto.
- No contar con referencias de la tienda.
- No contar con referencias de la tienda.
- No saber si el producto es original (en caso de que hubiera revendedores).
- Que el único medio de comunicación sea una red social.
- Incertidumbre en el tiempo de entrega de las cosas.
- Si es ropa, que haya fallas en las tallas.
- Si es compra en el extranjero, puede que aduana lo retenga.
- En aduana pueden cobrar impuestos por dejar pasar tu paquete.

Todos estos motivos fueron expresados por gente que no ha comprado en línea, también por personas que han comprado y nos expresaron su situación antes de vivir la experiencia, así como y gente que ya vivió la experiencia y no le fue bien.

El *e-commerce* aún puede ser un volado si no estás informado sobre las páginas confiables. En el próximo número, espera el artículo donde encontrarás tips para que tu compra sea exitosa.

**¿Y tú, ya has comprado en línea?** Si es así, no olvides compartírnos tu experiencia en nuestras redes sociales.



**"UNA DE LAS COSAS DIVERTIDAS  
VALORES ES QUE CADA VEZ QUE  
VENDE, Y AMBOS CRECEN**



**VIDAS SOBRE EL MERCADO DE  
E UNA PERSONA COMPRA, OTRA  
EN QUE SON ASTUTOS"**  
*William Feather*



# ¿CONOCES EL IMPACTO DE LA EDU

*Por: Suzette Medina*

Todas las personas son conscientes que requieren bienes y servicios para poder vivir día a día y que, para poder adquirirlos, se necesita dinero y toma de decisiones financieras asertivas. Sin embargo, en diversas ocasiones las personas no se percatan de la manera en la que están administrando su dinero o de si la información financiera que tienen es la más adecuada para que su calidad de vida pueda mejorar. Es ahí donde radica la importancia de la educación financiera.

Por lo general, el desconocimiento de los productos financieros y sus riesgos tiene un impacto negativo tanto en las finanzas como en la estabilidad económica en los individuos y los hogares, principalmente en los de bajos ingresos.



# EDUCACIÓN FINANCIERA EN TU VIDA?

Desafortunadamente para las personas, existen prejuicios como pensar que la educación financiera es complicada de entender y que, para hacerlo, debes ser un profesional, o que solo se trata de números, es muy aburrida y para eso existen los bancos, etc.

La solución a estos prejuicios es muy fácil: durante la infancia, la educación financiera debe tener un papel muy relevante, ya que si es transmitida de manera adecuada en un futuro, formará adultos bien informados y con menor probabilidad de sobre endeudarse. Esto sería en el mejor de los casos, pero un adulto o un joven también puede comenzar informándose y, con esto, crear hábitos para mejorar su educación financiera. Por ejemplo, a continuación se muestran tips sencillos para tener un control de gastos-ingresos.



# ***TIPS SENCILLOS***

## ***para tener un control de gastos—ingresos***

- ◆ Tener un registro sobre los gastos – ingresos; pueden ser diarios, semanales o mensuales.
- ◆ Dar prioridad a gastos como colegiaturas, transporte, comida, renta, etc.
- ◆ Contemplar deudas y si llegan a existir eliminarlas lo más pronto posible.
- ◆ De los ingresos que se tienen, hacer porcentajes. Por ejemplo, qué porcentaje es utilizado en lujos, en bienes o servicios básicos, en deudas. Y al final de todo esto, cuánto de los ingresos queda libre para ahorrar.
- ◆ Tomar en cuenta si los ingresos son constantes o variantes y si pueden existir ingresos extra.
- ◆ Reflexionar las compras que verdaderamente son necesarias y si existen compras innecesarias que pueden dejar de hacerse.
- ◆ Comenzar con ahorros mínimos; pueden ser metas a corto plazo, por ejemplo, ahorros en un tiempo de un año, tomando en cuenta que se debe ser constante y que no se debe retirar el dinero.

Mientras más conocimiento e interés tiene una persona sobre este tema, conseguirá tener mayores ahorros para la compra de bienes muebles e inmuebles, cubrir imprevistos como accidentes o enfermedades, salir de vacaciones y una mayor calidad de vida a un largo plazo, tomando en cuenta el tema de ahorro para el retiro. Todo esto se ve reflejado en la estabilidad financiera de los gastos – ingresos que tiene una persona.



# *Definición de Riqueza*

**"NÚMERO DE DÍAS  
QUE PUEDES  
SOBREVIVIR SIN  
TRABAJAR  
FÍSICAMENTE  
MIENTRAS MANTIENES  
TU ESTÁNDAR DE  
VIDA"**

# ¿SABÍAS QUÉ...?

Por: Regina Gómez

- Sólo el 1% de la población destina su ahorro para la vejez en México.
- Sólo el 2% de la población a nivel nacional cuenta con un fondo de inversión.
- De acuerdo con la encuesta “Cultura financiera de los jóvenes en México” 2014, solo 27% de la población entre 15 y 29 años tiene una inversión bancaria.
- Los gastos “hormiga” son caprichos, pequeños gastos que hacemos diariamente casi sin darnos cuenta, pero que la sumatoria de ellos representa fugas inconscientes de capital y pueden devorar su ingreso mensual.
- Los gastos “hormiga” podrían consumir el 12% de tus ingresos mensuales, aprende a disminuirlos para mejorar tu calidad de vida.





Redacción

**Verónica Gutierrez**

**Montserrat Chávez**

Diseño

**Arith Indhira**

**Janet Badillo**

Relaciones Públicas

**Jessica Castro**

**Natasha López**

