

ERGUM REFLECTUM

Un espacio para la reflexión científica



CONTENIDO:

Modelo CFaR para gestionar el riesgo de liquidez

Cecilia Olivas Vega
Oracio Valenzuela Valenzuela

Responsabilidad social corporativa y experiencia de cliente en el sector de servicios financieros

Víctor Israel Becerril Jiménez
Rodulfa Flores Vizcarra



ERGUM REFLECTUM

Un espacio para la reflexión científica

PRESENTACIÓN

La Facultad de Contaduría y Administración a través de su Coordinación de Investigación y Posgrado, tiene la misión de formar personal altamente profesionalizado, con dominio de competencias para analizar la problemática de las organizaciones, documentarla y generar propuestas que permitan el desarrollo de empresas más competitivas e innovadoras, así como para desarrollar investigaciones prácticas para entidades reales y difundirlas en la comunidad empresarial y científica, desde una perspectiva ética y sustentable. En ese sentido, se ha creado el Boletín reflexión científica Ergum Reflectum: un espacio para la, donde la comunidad académica de posgrado, así como de las licenciaturas que conforman la facultad, plasman sus conocimientos derivados de la investigación científica y su aplicación en las organizaciones, constituyendo un medio para la vinculación entre la ciencia y la sociedad por medio de sus actores clave. Las temáticas van de acuerdo con la generación del conocimiento y su aplicación, implican la concepción y estudio de métodos para resolver problemas y contribuir al desarrollo socioeconómico, del Programa de Maestría en Administración Estratégica se desprenden las líneas de investigación: Gestión financiera, negocios y marketing internacional; Desarrollo organizacional y competitividad; Estrategias directivas para el mejoramiento de las empresas. Del Programa de Doctorado en Administración Estratégica son: Innovación financiera, marketing y Negocios internacionales; Gestión, innovación y desarrollo sostenible en las organizaciones. Con respecto al Doctorado en Estudios Fiscales se encuentran: Política fiscal, financiera y contable en las organizaciones; Marco jurídico tributario: Eficiencia, justicia y equidad recaudatoria; Hacienda pública: Sistemas tributarios, federalismo y transparencia fiscal. El andamiaje presentado en las publicaciones mensuales de este boletín, son reflexiones propositivas que idóneamente buscan contribuir con las soluciones de los problemas económicos administrativos que tienen las organizaciones, para la permanencia y derrama económica de las mismas, porque esto tendrán un impacto positivo en la sociedad, por ello invitamos a los lectores a difundir esta propuesta a estudiantes, investigadores, profesionistas, empresarios, gerentes, tomadores de decisión, emprendedores y público en general.



ERGUM REFLECTUM

Un espacio para la reflexión científica

Modelo CFaR para gestionar el riesgo de liquidez

*Cecilia Olivas Vega
Oracio Valenzuela Valenzuela*

A través de la historia se han presentado catástrofes empresariales que han provocado pérdidas millonarias en grandes organizaciones que figuraban a nivel mundial. En el año 2007 se presentó la crisis *suprime*, para entonces no se evaluaba el riesgo de liquidez con el mismo énfasis que se hacía con el riesgo de crédito y el riesgo de mercado, lo cual evidenció la mala administración de liquidez que las empresas e instituciones financieras tenían entonces. Esta crisis marcó el antes y después en la administración de liquidez al tener que reestructurar la manera en que operaban las instituciones en el manejo y control de este riesgo. Basilea III propuso que las organizaciones aplicaran herramientas financieras que les permitieran gestionar el riesgo de liquidez eficientemente. Existen varios modelos que realizan esta función, a través de ellos las corporaciones pueden apoyarse para calcular las pérdidas que puedan surgir o bien prepararse ante una crisis para sobrellevar sus efectos y poder cumplir con los objetivos empresariales.

El modelo flujo de caja en riesgo (CFaR), permite a las empresas visualizar a futuro los flujos de caja para con ello determinar si deben incurrir al endeudamiento o bien si la empresa puede reducir la deuda, también se puede recurrir a diversos escenarios estadísticos al tomar en cuenta los indicadores que se generan en la entidad para clasificar distintos niveles de riesgo. Por otra parte, puede considerar salidas de dinero no previstas debido a que se incorporan variables como el tipo de cambio, costo del producto, así como estimar las utilidades esperadas con base a los precios de mercado, además este modelo puede utilizar proyecciones de corto y largo plazo adecuándose a las necesidades de la entidad.

El proceso del modelo flujo de caja en riesgo (CFaR) inicia con la identificación de los factores de riesgos empresariales, posteriormente se define la métrica de valor en riesgo, se elabora un mapa de riesgo donde se clasifican los riesgos que pueden



ERGUM REFLECTUM

Un espacio para la reflexión científica

afectar el flujo de la entidad, se aplica simulación Montecarlo para cuantificar el valor del riesgo y por último se calcula la medida de riesgo de la empresa donde se puede comparar el resultado obtenido con el deseado por la entidad.

Al desarrollar este modelo las empresas obtienen proyecciones de ventas, compras, gastos y flujo de efectivo, lo cual ayuda en tomar mejores decisiones de inversión así como programarse ante excedentes y faltantes de efectivo. En caso de excedente los empresarios pueden optar si invierten ese importe, si prepagan deudas o realizan compras pagadas anticipadamente con el objeto de obtener mejores costos de venta, o bien en el caso contrario si hubiera faltante de efectivo poder negociar pagos anticipados con proveedores, solicitar préstamos anticipados o si optan por ofrecer descuentos por pronto pago a sus clientes para acelerar el ingreso del efectivo a la entidad. Estas acciones pueden marcar la diferencia para optimizar su rentabilidad y mantenerse en el mercado como una entidad más sólida a través del tiempo.

En conclusión, apoyarse de este tipo de modelos financieros para gestionar la liquidez, analizar los números, así como la evolución de la entidad es un beneficio y a su vez una ventaja estratégica ante la competencia ya que un gran número de pequeñas y medianas empresas suelen tomar decisiones de inversión sin una previa revisión sobre si es conveniente o no dicha opción, realizando en ocasiones muy malas negociaciones e inversiones como consecuencia de falta de análisis en sus operaciones.



ERGUM REFLECTUM

Un espacio para la reflexión científica

Responsabilidad social corporativa y experiencia de cliente en el sector de servicios financieros

*Víctor Israel Becerril Jiménez
Rodulfa Flores Vizcarra*

Las acciones que las empresas ejecutan relacionadas con Responsabilidad Social Corporativa (RSC), pueden ayudar a mejorar la experiencia de cliente e incrementar la oferta de valor que entrega al mercado. De acuerdo con el Observatorio de RSC, el concepto de Responsabilidad Social Corporativa es transversal y se relaciona con diferentes ámbitos donde una empresa incide en la sociedad, tales como: derechos humanos, medio ambiente, protección al consumidor, salud, lucha contra la corrupción, entre otros rubros. Por su parte, la experiencia del cliente consiste en un nuevo “mindset” en el que las empresas adoptan una cultura más centrada en el cliente, colocando a este en el centro de toda decisión y acción, buscando mejorar cada interacción con él, a fin superar sus expectativas y entregar un valor real.

En la actualidad la Responsabilidad Social Corporativa es asociada principalmente con la imagen, reputación y confianza que las empresas proyectan hacia el cliente, particularmente durante y después de la pandemia, sin embargo, su impacto y/o beneficios sobre las empresas aún no se determinan en su totalidad. En el sector financiero la Responsabilidad Social Corporativa puede genera impactos significativos tanto para la sociedad como para las propias instituciones financieras, un ejemplo son los programas de educación financiera dirigidos a clientes, de igual forma las acciones enfocadas a atender problemas sociales y ambientales, con el objetivo de generar un crecimiento vinculado entre la sociedad y el sector financiero.

Durante los últimos años, la figura del Chief Experience Officer (CXO) se ha convertido en una pieza clave para las empresas, la cual tiene como principal reto poner al cliente en el centro del negocio y mejorar su experiencia durante todo el “*journey*” que vive el cliente con la empresa, independientemente sea un producto y/o servicio. Todo ello, hace pensar que la mayoría de las acciones que impulsa el CXO tienen una relación directa con la Responsabilidad Social Corporativa, aspecto que resulta interesante analizar en el contexto del sector financiero.



ERGUM REFLECTUM

Un espacio para la reflexión científica

En la actualidad las expectativas de los clientes hacia las empresas van más allá de sólo productos de calidad, demandan servicios que les permita vivir experiencias únicas y sin fricciones, a cambio las empresas reciben lealtad de parte de los clientes y en algunos casos estos se vuelven promotores activos de la marca.

A partir de esta premisa las empresas que conforman el sector de servicios financieros: bancos, financieras, aseguradoras, arrendadoras y más recientemente Fintechs, Insurtech y empresas de medios de pago; están enfocando sus esfuerzos en re diseñar su modelo de negocio y marcos de trabajo que les permita iterar de manera ágil y resolver las necesidades de sus clientes, generando más y mejores experiencias en los diferentes canales, en especial los digitales. Lo anterior permite construir una relación ganar-ganar entre cliente, empresa y sociedad, en donde el CXO y la Responsabilidad Social Corporativa juegan un papel trascendente y permiten que sea sostenible en un sector tan competido y ante un cliente cada vez más exigente. La relevancia del CXO radica en medir, analizar y mejorar de manera sistemática la experiencia del cliente, teniendo siempre presente su relación con la RSC vinculada a la actividad básica de la empresa.

Cabe destacar que la Responsabilidad Social Corporativa es muy amplia por lo que cada empresa debe hacer un análisis consciente de variables como: oferta de valor, modelo operativo, tamaño de la empresa, cultura empresarial, participación de mercado, ubicación geográfica, perfil de cliente, sociedad, entre otras. A partir de esta evaluación podrá estar en posición de definir las líneas de acción de RSC a las cuales pretende impactar por medio de diferentes estrategias. Es importante que no se confunda o malinterprete la RSC con estrategias de mercadotecnia o relaciones públicas, tales como patrocinios, posicionamiento de marca, control de daños o cualquier acción que busque mejorar la imagen de la empresa.

Para concluir, esto no puede ser posible si las acciones no provienen de una vocación auténtica de permanencia y compromiso de parte de la alta dirección, de lo contrario corre el peligro de solo ser adoptada como “tendencia” o “moda” que, con el paso del tiempo, al encontrarse con retos e impedimentos en su implementación, terminará por diluirse o no tener el impacto que se espera.



ERGUM REFLECTUM

Un espacio para la reflexión científica

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA

Dr. Jesús Madueña Molina
Rector

MED. ESP. Gerardo Alapizco Castro
Secretario General

M.C. Salvador Pérez Martínez
Secretario de Administración y Finanzas

Dr. Jorge Milán Carrillo
Secretario Académico Universitario

Dr. Wenseslao Plata Rocha
Vicerrector de Unidad Regional centro norte

Dr. Mario Nieves Soto
Director General Investigación y Posgrado

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

MC. Víctor Manuel Mizquiz Reyes
Director de la Facultad de Contaduría y Administración

Dra. Nadia Aileen Valdez Acosta
Secretaria Académica

MC. Leobardo Berrelleza Reyes
Secretario Administrativo

Dra. Lidyeth Azucena Sandoval Barraza
Coordinadora General de Investigación y Posgrado FCA

Dr. José Rosario Lara Salazar
Coordinador del Doctorado en Administración Estratégica

Dra. Itzel Alejandra Lara Manjarrez
Coordinadora de la Maestría en Administración Estratégica

MC. Lorenzo Jacobo Godoy
Coordinador de la Maestría en Gestión y Práctica Fiscal

Ing. Carlos Francisco Avendaño Ojeda
Coordinador Administrativo de Posgrado

Las opiniones reflejadas en Ergum Reflectum son responsabilidad exclusiva de los autores.



Facultad de Contaduría y Administración
Coordinación General de Investigación y Posgrado