

evolucion^{na}

BOLETÍN EDICIÓN TRIMESTRAL No. 9

contáctanos: info@evolutioncg.net

www.evolutioncg.net   

evolution consulting
group *making better business*



Perspectivas Económicas Regionales
Detección de Necesidades de Capacitación
Utilidad “Fructificación de Recursos”

Compromiso • Confiabilidad • Resultados Sostenibles

En tu empresa Resultados Sostenibles para el 2016 con


evolution consulting
g r o u p *making better business*

Diseño e Implementación de Planes Estratégicos & Análisis de Optimización de Recursos



PROMOCIÓN

Marzo y Abril
10% de
Descuento en
Plan Estratégico
bajo metodología BSC
(Balanced Scorecard)

*Aplican Restricciones

GUATEMALA

20 Av. "A" 0-05, Zona 15 Vista Hermosa II,
Tel.: (502) 2365-6636

MÉXICO

World Trade Center Mexiquense
Tel.: (52) 55 6550-0966/67

info@evolutioncg.net

www.evolutioncg.net



Perspectivas Económicas Regionales



Hoy en día, leer el periódico en la sección de economía es como leer el horóscopo o un juego de azar... todos los días hay noticias diversas sobre la economía mundial y de la región. Las "noticias" económicas tienden a ser consecuencias de hechos o eventos ampliamente conocidos tales como:

- **La caída del precio del petróleo, que bajó de más de US\$100/barril a precios cercanos a US\$30/barril**

- **Disminución de la tasa de crecimiento de China, que tenía al mundo acostumbrado a crecimiento promedio arriba del 8% anual, a una tasa actual de bajo crecimiento del 6%.**

- **Devaluación de muchas monedas en el mundo, principalmente en América Latina**

- **Inestabilidad política y social en Asia: Crisis de Siria, inmigrantes en Europa, atentados de ISIS en varios países**

- **Cambio climático, tendencia a energías renovables, la generación de los millennials con sus nuevos hábitos "a la carte", el vasto poder del internet y las redes sociales, entre otros**

De modo, que hoy en día se lee casi las mismas noticias económicas, parecieran escenarios inciertos y en efecto, lo son. Con la crisis del 2008 y 2009, el escenario económico era más predecible: había crisis y todos los indicadores venían para abajo, ahora, todos los días leemos noticias de corto plazo con sus indicadores respectivos, sin embargo, es posible que no estemos leyendo una realidad ligeramente oculta, que el mundo económico tal cual lo conocemos, quizás esté cambiando y estamos entrando una nueva realidad socio económica que no conocemos, para lo cual, cada uno de nosotros, desde nuestro entorno laboral, profesional, empresarial nos toca leer lo que está sucediendo y adelantarnos a estos cambios.

Para el 2016, aún con indicadores económicos de recesión para América del Sur, la región México y Centroamérica tendrá indicadores positivos, explicados en buena medida por el buen desempeño de nuestro principal socio comercial: Estados Unidos. Para México, el FMI estima un 2.6% de crecimiento, sin embargo, hay factores que pueden generar cierta incertidumbre, como lo es el mismo Estados Unidos y sus próximas elecciones, el bajo precio del petróleo y el descontento de la población con la clase política. En el caso de Centroamérica, el FMI estima un crecimiento del 4.2%, que a diferencia de su vecino del norte, la reducción del precio del petróleo es un alivio a su balanza comercial puesto que reduce grandemente la factura petrolera de importación.

Las perspectivas del 2016 nos toca a cada uno de nosotros definir las, ya que si nos vamos al ambiente macro, el nivel de incertidumbre nos diría "espere", pero "espere a qué?" la vida es hoy y tenemos que sortearla, así que nos toca ser audaces, leer los cambios y el entorno a nuestro alrededor, así que nuestras estrategias y planes deben ir orientadas a sacar provecho de los cambios y/o a gestionar nuestras empresas para salir con números positivos si la economía no nos es favorable.

Ing. MBA MFIN Carlos E. López Mora
Director General Evolution Consulting Group

Detección de **Necesidades de** Capacitación

¿En qué debo Capacitar?, ésta es una pregunta que se repiten constantemente los empresarios. Las necesidades de formación, afectan de modo directo el plan estratégico y la competitividad de la empresa en el mercado.

Las necesidades de capacitación se pueden encontrar en conocimientos, habilidades, actitudes y competencias, ¿cuáles requiere el puesto para lograr un buen resultado?



La DNC Detección de Necesidades de Capacitación, considera la diferencia entre el desempeño real y el esperado de las personas en los diferentes puestos, derivado de los retos actuales y los desafíos del mercado, por lo que el principal objetivo es alinear el desempeño real a la visión y necesidades futuras de la empresa.

El alcance de la DNC, es planificar, ejecutar y evaluar la capacitación, así se evitan problemas de rendimiento al descartar el déficit de competencias y establecer áreas de oportunidad, ejecutando programas de capacitación para la mejora de desempeño.

Una correcta detección de necesidades, se enfoca en el análisis de la organización, la operación o tareas y el análisis de la persona, respondiendo a tres preguntas ¿En que consiste el problema de bajo rendimiento?, ¿Cuáles son los factores que afectan el rendimiento y no pueden ser capacitados?, aquí nos referimos a limitaciones físicas propias que no pueden ser desarrolladas, ¿Cuáles son los factores que afectan el rendimiento y pueden ser capacitados?, enfocándonos en conocimientos, habilidad y actitudes.

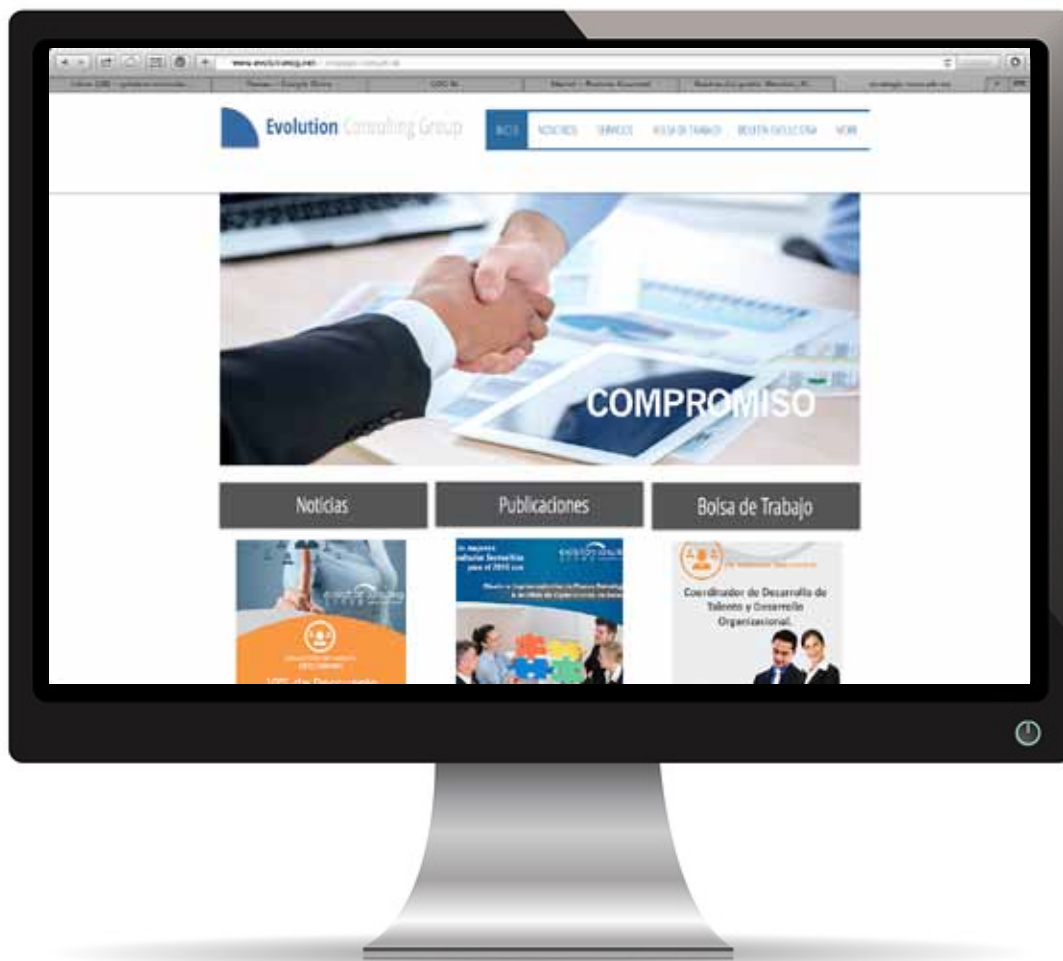
La capacitación debe ser un proceso intencional, sistemático y planificado, basado en necesidades reales, con el DNC logramos una capacitación con alcance transformacional para la empresa, garantizando confiabilidad y compromiso en el desempeño así como resultados sostenibles para la empresa.

Monserrat Pineda

Consultora de Atracción de Talento en Evolution Consulting Group

Visita Nuestro Nuevo Website


evolution consulting
g r o u p *making better business*



www.evolutioncg.net

APORTAMOS VALOR A TUS PROYECTOS Y A TUS NEGOCIOS
CON RESULTADOS SOSTENIBLES

Utilidad “Fructificación de Recursos”

Artículo escrito por nuestro Cliente Distinguido: Lic. Rodolfo Hernández Díaz

Toda empresa manufacturera o de servicios su razón de ser es generar utilidad y ser rentable para los accionistas y no solo me refiero a las ventas menos los costos (costo de mano de obra, gastos indirectos de mano de obra, depreciación, gastos de ventas, gastos administrativos, arrendamientos, intereses e impuestos) para poder generar utilidad, es importante considerar tres aspectos desde la perspectiva financiera para optimizar los recursos de una compañía:

<1 **Mejorar la estructura de Costos**

<2 **Incrementar el valor al cliente y a los accionistas**

<3 **Mejorar la utilización de activos**

Mejorar la estructura de costos, esto nos hace referencia al área de compras como centro de utilidades, es decir la puerta de entrada a la rentabilidad en todas las funciones de la organización. Es importante que los compradores tengan un alto sentido financiero para hacer las compras más racionales, considerando todos los aspectos de la compra y no únicamente el precio, realizando un análisis de pago vrs costo del dinero, es decir utilizar herramientas como el costo de capital, costo de oportunidad, costo de deuda, tasas de descuento, descuentos por pronto pago y plan de pago a proveedores; y en el momento en que la empresa empiece a realizar mejores compras es ahí cuando hace el buen uso de los recursos. La segunda etapa, **incrementar el valor al cliente** esto nos hace referencia al área comercial de la organización, esta área es sin duda parte de la columna vertebral de la compañía ya que es la que mantiene viva a la empresa; hoy por hoy las ventas deben concebirse desde una perspectiva integral atendiendo hasta las más mínimas necesidades del cliente. La parte comercial debe vender, traer nuevos clientes, nuevos negocios, promover, experimentar, asumir roles de cliente, generar relaciones basadas en la confianza y persistir ante el no y ser sumamente creativos para lograr el sí del cliente,

cuando se logra la venta es momento de utilizar herramientas para generar rentabilidad, para esto es importante ofrecer un buen precio es decir, considerar el precio de venta a partir del Mark On y el Gross Margin, en este punto se tiene que considerar en el precio la inflación y parte proporcional del riesgo. La elección de crear valor presente o de orientar nuestras acciones hacia el crecimiento a futuro que irá en función de los objetivos a largo plazo, en esta parte entra el **incrementar el valor a los accionistas**, todos aquellos inversionistas que buscan generar dividendos en cada cierre de ejercicio, que buscan vender o retener las acciones o simplemente el evaluar cuanto se paga de dividendos en comparación de las utilidades retenidas, en este momento es importante utilizar herramientas como la tasa de retorno de inversión (ROI) desde la perspectiva de rentabilidad, razones financieras y el Payback Method para obtener la recuperabilidad de los recursos. Y como último el **Mejorar la utilización de los activos**. En una organización existen dos tipos de recursos los materiales y los humanos, los materiales son los activos que pueden ser desde el dinero hasta la capacidad de las máquinas o equipo, como también la capacidad de la planta, es importante administrar los recursos limitados, es decir es necesario identificar nuestro recurso más escaso y distribuirlo de manera que optimicemos su disponibilidad, en muchos de los casos es el dinero; es aquí donde entran estrategias financieras en la parte de cobranza, retorno de la inversión, niveles de inventarios, capacidad de generación o las inversiones buscando un beneficio por la unidad invertida.

Elaborado por:

Licenciado en Finanzas y Banca

Rodolfo Hernández Díaz

Treasury Manager en Mantenimiento de Redes Dima SA de CV

Nuestros Servicios

Strategy & Business Development

- Diseño e Implementación de Planes Estratégicos
- Business Plan
- Gobierno Corporativo
- Asesoría Financiera

Business Consulting

- Business Assessment
- Business Process Reengineering (BPR)
- Diseño e Implementación de Sistemas de Medición
- Análisis de Optimización de Recursos

Project Management

- Diseño de Project Management Office (PMO)
- Diagnóstico de Operación de Project Management Office
- Auditorías de Proyecto
- Gestión de Proyecto bajo Paquetes de Trabajo
- Project Management Outsourcing

Human Capital Management

- Change Management
- Assessment Center
- Diseño y Alineación Organizacional
- Coaching Ejecutivo

Talent Attraction

- Atracción de Talento Especializado
- Head Hunting
- Mapping de Talento
- Candidatos Efectivos

Innovation & Technology

- Apps Colaborativas
- Evaluación de Software
- Gestión de Procesos Comerciales y Relación con Clientes
- Dirección de Proyectos de Software ERP / CRM

Executive Development Programs

- Diplomado en Gestión Profesional de Proyectos (PMI)
- Capacitación y Formación



evolution consulting
group *making better business*

Asesoría y Consultoría de Negocios

MÉXICO

Circuito Circunvalación Ote. No. 10 Ciudad Satélite,
Naucalpan de Juárez, Estado de México

WTC Mexiquense

Tel.: (52) 55 6550-0966/67

info@evolutioncg.net

GUATEMALA

20 Av. "A" 0-05, Zona 15 Vista Hermosa II,
Guatemala C.A.

Tel.: (502) 2365-6636

info@evolutioncg.net

www.evolutioncg.net