

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



¿Cómo incrementar el flujo de caja de tu negocio?

Todo empresario sabe que, para mantener un flujo de caja equilibrado, se necesita estar involucrado en casi todos los aspectos del negocio. Gestionar el inventario, supervisar las cuentas por cobrar y prorrogar líneas de crédito, son todos ejemplos de funciones que deben ejecutarse de manera estratégica para lograr generar ese “combustible” que mantendrá “volando” a tu empresa. Por lo tanto, se requiere manejar con eficacia y controlar frecuentemente el flujo de caja para predecir las necesidades actuales y futuras de su negocio, mucho antes de que surjan.

La esencia de una administración exitosa del flujo de caja es controlar las entradas de dinero hacia la empresa, así como sus salidas de esta. Incrementar dicho flujo reduce la suma requerida de capital fijo para mantener el equilibrio del negocio. Asimismo, un flujo mayor y constante genera un patrón comercial predecible, que facilita la planificación y presupuestación necesarias para el crecimiento futuro.

Seguidamente, le ofrecemos algunos consejos para incrementar su flujo de caja:

1. Suma tus deudas y consolida: conseguir dinero siempre es complicado, pero es cierto que también es adecuado consolidar dos o más préstamos en una sola cuenta. Por lo general, la garantía hipotecaria permite conseguir mejores condiciones, por lo que si tiene una propiedad que pueda ocupar como colateral podría consolidar con una hipoteca. Adicionalmente, mantener un solo préstamo con un solo banco le liberará tiempo, le ayudará a manejar mejor sus finanzas, le permitirá crear una relación más estrecha con el banco.
2. Organiza tu programa de facturación: es importante ordenarse y facturar cuando se realiza la entrega del producto o servicio que entregas. Dejar pasar los días sin facturar puede reducir tu rotación de cuentas por cobrar, así como el capital que podrás invertir en el crecimiento de tu negocio. Es cierto que el efectivo tarda en entrar a la empresa por los días que el cliente se tarda en pagar, pero también por los días en que tardas en facturar los productos o servicios. Por lo general, eso sirve de excusa para que un cliente atrase lo más posible el pago, generando una conversión más lenta de su producto o servicio a efectivo, así como en un mayor costo por el financiamiento necesario para capital de trabajo. Un consejo que podría ayudarte es identificar dentro de tu cartera de clientes aquellos a los que regularmente les entregas productos o servicios, para programarles a ellos la facturación de forma periódica; esto te ayudará a determinar las entradas futuras de efectivo a tu caja. Clasifica tus cuentas por cobrar según su antigüedad (menos de 30 días de antigüedad, entre 30 y 59 días, entre 60 y 90, etc.), para que puedas emprender acciones inmediatas y diferenciadas ante el vencimiento de las cuentas y recuperar el dinero de forma más rápida. Finalmente, es importante destacar que si sabes que vas a hacer negocios con un cliente por mucho tiempo hacia adelante (largo plazo), debes negociar por anticipado la regularidad de los pagos, en lugar de dejar que el monto se vaya acumulando.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



3. Establece una política de crédito: una de las formas más efectivas de evitar problemas de flujo de caja es cerrarle espacios a los morosos antes de que empiecen a deberle. Es decir, antes de vender entusiastamente a alguien tener validadores que permitan identificar si la persona merece la confianza de nuestra parte, solicitando referencias y poniéndose en contacto con otras empresas que hayan tenido relación con ellos. Otorgar crédito implica un costo de oportunidad: renunciar al cobro en efectivo por otorgar un financiamiento; esta práctica también debería generar un flujo de fondos apropiado que ayude a enfrentar tiempos de crisis. Dar crédito es algo común y puede ayudarnos a concretar muchas ventas, pero si el sujeto evaluado implica un riesgo mayor al beneficio, es mejor no darlo. Para eso sirve una política de crédito, que es un sistema de autorizaciones de crédito a clientes que busca asegurar la cobrabilidad; es decir, es un sistema que le permitirá determinar de antemano y por medio de criterios definidos a quien se le autoriza un crédito y en qué condiciones. Esta política debe tener un sistema de calificación de riesgo crediticio, que apoye las autorizaciones y establezca montos, plazos, tasas y otros términos de los créditos (puede usar una estratificación sencilla en diagramas ABC de los clientes). Asimismo, dicha política debe incluir un apartado específico para el otorgamiento de créditos a empresas y negocios nuevos, a través de procesos de conocimiento paso a paso, que le permitan averiguar bien sobre el negocio, para determinar los riesgos y anticiparse a ellos. Otra alternativa atractiva es fijar un sistema que determine la rentabilidad por cliente y, con ello, elementos para saber hasta dónde puede dar mayor o menor crédito a un cliente. Finalmente, no debes olvidar que este mundo sujeto a interrupciones continuas puede generar situaciones en las que la liquidez deba cuidarse en extremo de forma repentina, por lo que en tiempos de crisis se acentúa el control sobre los créditos, se hace una cobranza más efectiva, se ofrecen mayores descuentos por pronto pago, etc. Como puede apreciarse, se trata de tener una mejor idea de cada cliente y no dejarse llevar por la simplista “gana de vender”.
4. Reduce tu inventario: un inventario excesivamente grande puede implicar un enorme capital ocioso. Un inventario inmóvil no genera entradas sino más bien gastos: alquiler de bodegas, seguros, depreciación, sueldos del personal a cargo de cuidarlo/administrarlo, costo de oportunidad por los intereses dejados de percibir, etc. Primero, no debes comprar más de lo necesario, sobre todo cuando los proveedores te buscan seducir con grandes descuentos por volumen, ya que esto podría inmovilizar tu capital: empieza por chequear periódicamente el inventario para buscar productos vencidos o antiguos, deshágase del exceso o véndalo al costo para ganar un poco de liquidez; posponga los próximos pedidos mientras hace este arreglo. Calcula y da seguimiento a la rotación de inventarios, la cual sale de dividir el costo de los productos entre el valor promedio del inventario. En resumen, se trata de liquidar el inventario ocioso y, a la vez, mejorar la eficiencia de los inventarios.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



5. Mejora tu estrategia de cobro: diseña y aplica algún tipo de sistema que garantice el pago de las cuentas vencidas, con el objetivo de prestar a debida atención a los pagos atrasados y, con ello, proteger, tu flujo de caja y las posibilidades de éxito de tu empresa. Se pueden utilizar medios como: cartas, llamadas telefónicas, etc., para recordarle a tus clientes que te deben. Al inicio puede ser muy amistosa, pero si no funciona progresivamente se van volviendo más serias y frecuentes, a medida se vencen los pagos. Cómo usted lo quiera arma es ya cuestión personal, pueda que usted crea que una carta es algo muy fuerte y opte por llamar, y viceversa. Lo que importa es tener un mecanismo, por lo que conviene establecer responsabilidad en alguien por ejecutarlo, para impedir que las cuentas se vuelvan incobrables.
6. Revisa tu estructura de fijación de precios: es típico el miedo del empresario para subir sus precios de venta a la par de la subida de sus costos, dizque porque “las ventas bajarán”, como una muletilla, sin mayor revisión o análisis de si esta sospecha es válida. Pasa que las empresas trabajamos bajo ciertas leyes económicas, una de las cuales es la elasticidad-precio de la demanda: poniéndolo claro, a veces subir el precio en un porcentaje pequeño puede mejorar tus flujos de caja de forma más que proporcional, como también a veces pasa que bajarlo un poquito puede afectar grandemente tus flujos de caja. El detalle es tener el espacio de hacer números y juzgar con evidencia y no con base en mitos. Piense cuándo fue la última vez que reajustó precios y, luego, ponga manos a la obra: establezca revisión periódica de precios, comparando contra el mercado, chequeando márgenes de utilidad, índices de rotación y otras variables que le permitan tener más herramientas para mover piezas. Si usted decide no hacerlo, puede que un día se dé cuenta (de mala manera) que está vendiendo con pérdida o trabajando para otros (proveedores y/o clientes).
7. Aprovecha la relación con tus proveedores: por el lado de las salidas también se actúa, si tus proveedores te ofrecen descuentos por pagos adelantados, aprovéchalos. Haz uso del plazo máximo concedido por estos para pagas sus facturas, ya que al final es como una línea de crédito sin intereses otorgada por su proveedor (conocida como “crédito comercial”). Si haces números, un 2% de descuento sobre una factura a 30 días equivale a una ganancia de 24% anual, si se invirtiera esa cantidad. Al hacer esto, paga en el último día del período de descuento, no antes, ya que así contarás con suficiente tiempo como para obtener el dinero de sus cuentas por cobrar sin tener que incurrir en el gasto de una línea de crédito de corto plazo. Recuerda también que tus proveedores pueden ser más grandes o pequeños que tú, teniendo así menos o más poder de negociación, respectivamente (Porter). A veces pasa que hay posibilidad de trocar (intercambio de bienes por bienes), en cuyo caso hay que aprovechar para reducir la salida de efectivo cuando el proveedor está interesado en bienes y servicios que ofreces.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



Mantén el avión de tu empresa volando firme hacia el destino de tu éxito. Propemi BAC Credomatic te acompaña ofreciendo siempre las mejores opciones de financiamiento y de asesoría empresarial, que harán que tu vuelo sea siempre “de primera clase”. Pregunta a tu ejecutivo de negocios sobre las opciones que tenemos a tu disposición.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**