

Sosteniendo Su Negocio En Tiempos de Desafío

~ Controlando Su Flujo de Caja ~

I. RE-EXAMINE SU NEGOCIO

a. Analice

- i. ¿En qué tipo de negocio se encuentra?
- ii. ¿Qué productos ó servicios ofrece?
- iii. ¿Qué es lo que mejor hace?
- iv. ¿En qué es lo que se debe enfocar?
- v. Vea su negocio desde la perspectiva de los clientes

b. Margen de Utilidad por segmento, departamento ó producto

- i. Revise sus márgenes de utilidad en cada producto por separado; busque productos que no son rentables y que les roban ganancias a otros.
- ii. Deshágase de segmentos, departamentos ó productos que no dejan ganancias,; Limpie la casa - le quitan tiempo y dinero a su negocio y le afectan la perspectiva de sus clientes en relación a su negocio.
- iii. Revise la estructura de sus empleados – considere recortar horas o trabajos; es difícil de hacer, pero en algunas ocasiones es necesario para que sobreviva su negocio.
- iv. Contrate a un Jefe de Finanzas y ayuda temporal como alternativa de tiempo completo ó medio tiempo para que le ayuden en tiempos que el negocio está lento.

II. ANALISIS DE FLUJO DE CAJA

- a. **Prepare una proyección de flujo de caja** – ingresos mensuales y egresos por un año; Utilícelo como una herramienta para presupuesto y análisis de flujo de caja
- b. **Compare aproximados vs. actual por lo menos mensualmente** – compare los ingresos y egresos por lo menos una vez al mes. Vea si hay desviaciones y pregúntese ¿Porqué? Determine explicaciones
- c. **Síntomas vs. causas** – la falta de efectivo es un síntoma – necesita encontrar cual es el motivo que está causando el desfaldo: puede ser desperdicio, gasto excesivo, reducción en las ventas, márgenes de ganancia cortos, cobros no esperados, etc.

III. MERCADOTECNIA

- a. **Re-evalúe su mercado** – el mercado está cambiando, y usted?
- b. **Concéntrese en lo que usted hace mejor** – no trate de hacer todo para todos – lo desgasta mucho y confunde la visión de sus clientes acerca de su negocio.
- c. **Sea sensitivo de sus clientes** – ¿Le está proveyendo a sus clientes de lo que necesitan ó lo que usted cree que necesitan?

IV. PRECIOS

- a. **Investigue la sensibilidad de sus clientes** – calidad, disponibilidad, servicio etc. Todo esto influye en que los clientes compren; precio no es siempre lo más importante; sin embargo el precio



Materials supplied in cooperation with the Washington SBDC – Guide was developed by the New Hampshire SBDC



Funded in part through a cooperative agreement with the U.S. Small Business Administration. All opinions, conclusions or recommendations expressed are those of the author(s) and do not necessarily reflect the views of the SBA

- afecta la perspectiva de sus clientes en relación a su negocio; revise su producto ó servicio; un precio muy bajo puede causar la impresión de que su producto tiene menos calidad.
- b. **Competencia** - examine su competencia minuciosamente; ¿Tienen servicio más rápido ó mejor calidad?
- c. **Costos reducidos de producción** – reduciendo costos de producción y gastos extras, le ayuda a cobrar menos y aun así tener buen margen de ganancia.
- Examine los gastos con cuidado – busque donde puede reducir sus costos, busque seguros, beneficios de empleados, suministros (reducción de desperdicio), etc cualquier cosa que donde pueda reducir sus costos..
 - Examine a sus proveedores – analice los precios, términos de crédito y servicio.
 - Revise sus márgenes – Esté seguro de que sus ventas cubran sus costos.

V. COMPRAS – Compre más inteligentemente

- a. **Use los descuentos pagando en efectivo** – algunos negocios ofrecen descuentos sustanciales cuando usted paga en efectivo; *use esta opción únicamente si su flujo de caja lo permite*; si los descuentos requieren compra mínima, considere compartir órdenes con otros negocios.
- b. **Compre únicamente lo que necesite** – evite comprar grandes cantidades; largas cuentas están conectadas a largas compras y esto amarra el dinero en efectivo.
- c. **Evite crear inventarios innecesarios** – Cuesta dinero en cargos de almacenaje y pérdida de interés el mantener exceso de mercancías en mano; amarra el dinero en efectivo mientras tiene que esperar a venderlas.
- d. **Recuerde el mercado competitivo** – Examine nuevamente a sus proveedores ¿Son competitivos en precios? ¿Ofrecen descuentos? Analice sus pólizas de crédito; los “viejos” proveedores que siempre ha tenido quizá no sean los mejores para su negocio.
- e. **Use el crédito mercantil** – no pida dinero prestado cuando lo puede obtener gratuitamente; 30 para pagar son 30 días de crédito gratis; páguelos a los proveedores que no cobran interés hasta el último; planee el tiempo de sus compras – si compra en la fecha de facturación, usted obtiene 30 días, antes de que su cobro llegue y entonces otros 30 días para pagar.
- f. **Examine los términos y cargos de su banco** – revise los cargos por servicio del banco y las tasas de interés para las cuentas de cheques y ahorros.
- g. **Use tarjetas de crédito** – *¡Considere esta opción cautelosamente!* Las tarjetas de crédito permiten 30 días de crédito gratis si paga a tiempo; no se atrase! –los intereses de las tarjetas de crédito son altos

VI. PAGOS – Cuentas por pagar

- a. **Use los descuentos por pago temprano** – pague prontamente para tomar la ventaja de descuentos si el flujo de caja lo permite.
- b. **Pague cuando se venza** – los cobros con términos de 30 días, deben ser pagados cuando vencen, no antes; mantenga su dinero en efectivo para intereses y su propio flujo de caja.
- c. **Hable con sus acreedores** – si tiene que pagar tarde, esté seguro de hablar con sus acreedores y honestamente explique su situación y cuando será hecho el pago.
- d. **Pague a todos “un poco”** – si tiene que presupuestar pagos, dele a cada acreedor algo en vez de pagar todo a uno; esto mantiene a todos satisfechos y le da más control, dígales que tanto puede pagar y pague a tiempo – si no puede, esté seguro de llamarles y explicarles.
- e. **Pague los préstamos del banco y los del IRS primero** – !Ellos pueden cerrar su operación!



Materials supplied in cooperation with the Washington SBDC – Guide was developed by the New Hampshire SBDC

f. **Pague a los acreedores que más necesita ó quiénes lo pueden lesionar mas primero** – Si necesita entregas de materas primas, quienes cobren intereses, ó quien lo vuelva loco.

VII. COBROS

a. **Reevalúe su proceso de cobro**

- i. Cobre más frecuentemente – cobre cuando haga entregas de su producto, cada dos semanas ó por lo menos mensualmente;
- ii. Cobre regularmente – los clientes aprecian que les cobren regularmente así pueden pagar varios cobros pequeños en vez de uno grande.
- iii. Considere depósitos anticipados para contratos grandes y un horario de pagos regulares posteriormente

b. **Cheque que los términos estén claramente impresos** – Los clientes necesitan saber cuándo se les espera que paguen en orden para cooperar

VIII. CUENTAS DE CREDITO – Colecte Agresivamente Las Cuentas Por Cobrar

a. **Ofrezca descuentos** – fomente los pagos tempranos (ej: 2% 10 días); ayuda al flujo de caja para recibir pagos más pronto, pero no ofrezca descuentos que no pueda aguantar.

b. **Cobre intereses** – Los clientes que paguen sus factures después de 30 días tendrán que pagar un cargo de servicio, los que paguen antes de 30 días no tendrán ese cargo.

c. **Llame y visite a los clientes con cuentas atrasadas** – Los clientes respetan a los negocios que cobran agresivamente.

- i. Llame tan pronto se venza la factura; pregunte por la fecha específica de pago y llame inmediatamente si el pago no se hace a tiempo.
- ii. Mantenga un archivo de su correspondencia con el cliente.
- iii. Visítelo si es necesario para cobrar.
- iv. Use correo certificado

d. **Use servicios de colección** – tribunal de instancia para controversias de menor cuantía y las agencias de colección pueden ayudarlo cuando todo lo posible falló en su intento. No pague servicios para tratar de coleccionar cuentas incobrables.

e. **Revise su criterio para otorgar crédito**

- i. Sea más selectivo para permitirle a sus clientes pagar a crédito
- ii. Sea un poco más estricto en el plazo a crédito.
- iii. Considere las tarjetas de crédito como alternativa

IX. ACTIVOS FIJOS

a. **Nunca compre activos fijos con capital de trabajo**

- i. No pague compras a largo plazo con efectivo a corto plazo, mejor solicite un préstamo.
- ii. Use financiamiento a corto plazo para necesidades a corto plazo y financiamiento a largo plazo para necesidades de largo plazo.

b. **Compre únicamente lo absolutamente necesario** – Compre únicamente lo que necesita comprar y lo que sea más costo-efecto; éstos no son tiempos para tomar riesgos.

c. **Venda activos que no usa o que raramente usa** – deshágase de equipo que no necesita para proveerse de dinero en efectivo adicional.



Materials supplied in cooperation with the Washington SBDC – Guide was developed by the New Hampshire SBDC



Funded in part through a cooperative agreement with the U.S. Small Business Administration. All opinions, conclusions or recommendations expressed are those of the author(s) and do not necessarily reflect the views of the SBA

- d. **Haga mejor uso de su propiedad** – Revise sus requerimientos de su espacio; haga mejor uso de su espacio; considere sub-rentarlo.
- e. **Considere la renta de sus activos** -
 - i. Algunas veces tiene mejor costo-beneficio que comprar.
 - ii. Una renta total es deducible por completo conforme hace los pagos.
 - iii. Considere rentar sus activos que no mantienen su valor ó serán obsoletos al final del término del contrato de renta.

X. OTRAS SUGERENCIAS

- a. **Deposite regularmente sus cobros de efectivo** - Deposite el efectivo tan pronto lo reciba; puede tomarle varios días a los bancos la transacción para que lo pueda usar.
- b. **Hable con su banco**
 - i. Cree una relación profesional con su prestamista
 - ii. Comuníquese antes de meterse en problemas
 - iii. Sea honesto
- c. **No espere demasiado para pedir ayuda** – usted está arriesgando perder opciones
- d. **Pague sus impuestos a tiempo**
 - i. Considere poner sus impuestos de nómina (e impuestos de cuartos y alimentos) dentro de una cuenta de ahorros semanalmente hasta que se tengan que pagar
 - ii. Esté consciente de las altas penalidades e interés – Las penalidades y el interés son dinero tirado a la basura; puede pedir prestado por menos y pague a tiempo
- e. **No utilice al IRS como institución de préstamo**
 - i. Las tasas de interés son muy altas
 - ii. No es un prestamista a largo plazo
 - iii. No puede confiar en el IRS para que coopere a largo plazo
- f. **No pague los préstamos tempranamente** – a menos que esté seguro de que no va necesitar el dinero mas tarde
 - i. Es muy difícil volver a pedir prestado
 - ii. Si tiene que pagar tempranamente, vea si hay penalidades por pagar tempranamente y primero pague los préstamos que tengan la tasa de interés más alto
- g. **Trabajen conjuntamente y mantenga una actitud positiva** – Su competencia puede ser uno de sus mejores recursos para compras compartidas, aprender de sus errores y ayudar al mercado de su área conforme la gente le guste visitar su tienda y comprar



Materials supplied in cooperation with the Washington SBDC – Guide was developed by the New Hampshire SBDC



Funded in part through a cooperative agreement with the U.S. Small Business Administration. All opinions, conclusions or recommendations expressed are those of the author(s) and do not necessarily reflect the views of the SBA