

VENTAS-BENEFICIO-LIQUIDEZ I

Suele ser muy habitual analizar la evolución de la cifra de ventas de nuestro proyecto empresarial. Ciertamente, suele ser bastante frecuente basar en este único indicador los argumentos sobre la salud financiera de nuestro negocio.

Parece que van de la mano el hecho de haber aumentado la facturación de un año para otro en un determinado porcentaje, y que dicho incremento se haya traducido en mayores beneficios, más capacidad de generación de recursos, y mejores posiciones de liquidez en última instancia.

Y no siempre es así, de hecho, el objetivo esencial del presente trabajo es poner el énfasis en que no basta sólo con vender, sino que también hay que vigilar los beneficios y la liquidez final que queda disponible para acometer los compromisos y obligaciones de pago.

Evidentemente, es condición necesaria que haya facturación, pero no es suficiente solamente con que haya facturación. Adicionalmente, deberemos tener implantado en nuestra empresa un buen sistema de contabilidad analítica, que sea capaz de valorar los costes reales que hemos tenido, para genera tal volumen de facturación.

Recordemos que todo sistema de contabilidad analítica (contabilidad de costes o contabilidad de gestión), será capaz de valorar los costes totales en los que hemos incurrido, clasificándolos en una de las siguientes categorías de costes:

- Costes directos: como las materias primas, o la mano de obra directamente implicada en el proceso productivo.
- Costes indirectos: como las amortizaciones, mano de obra no directamente implicada en el proceso productivo, materiales indirectos, costes de estructura, alquileres, reparaciones, suministros, etc... En general, los costes indirectos son todos aquellos factores de coste que no tienen la consideración de directos, definiéndose por tanto de manera negativa.
- Costes variables: materiales y mano de obra directa, principalmente. Es decir, los que varían cuando varía el nivel de producción y ventas.
- Costes fijos: estructura, amortizaciones, alquileres, seguros, etc... Es decir, los que no varían cuando varía el nivel de producción y ventas.

Una vez analizadas detalladamente nuestras cifras de costes, y enfrentándolas con las cifras de ventas, estaremos en disposición de calcular el beneficio real que hemos obtenido en un determinado periodo de tiempo, derivado de nuestro volumen de facturación.

Es fácil entender que de poco nos servirá tener un volumen de facturación muy elevado, si este no es capaz de traducirse en beneficio, y máxime, si se traduce en pérdidas o resultados negativos.

En consecuencia, el hecho de haber aumentado la facturación en un 30% no puede ser indicador de buena salud financiera, si no tenemos en cuenta un adecuado sistema de análisis de costes, que sea capaz de trasladar ese aumento de ventas en aumento de beneficio. En tal caso, nos pueden ocurrir varias situaciones:

- Facturar un 30% más que el anterior ejercicio, y estar en pérdidas. Se impone urgentemente un análisis de costes totales.
- Facturar un 30% más que el anterior ejercicio, pero tener un resultado neto sobre ventas, que permanece constante con respecto al ejercicio anterior. Se hace necesario un análisis de costes fijos, con el fin de analizar la razón de por qué ese aumento de volumen y de facturación no se traduce en un incremento de la rentabilidad relativa sobre ventas.
- Facturar un 30% más que el anterior ejercicio, y que nuestra rentabilidad sobre ventas se vea aumentada en un % superior al 30%. Situación ideal, fruto y consecuencia de un adecuado nivel de control y conocimiento de los costes.

Una vez que tenemos bien correlacionada la relación entre ventas y rentabilidad, lo cual pasa necesariamente por un completo análisis de costes, como hemos comentado anteriormente, el siguiente paso es analizar si esa rentabilidad se traduce o no en mejoras de la posición de liquidez.

Vamos a analizar los parámetros a considerar, para tener clara la relación existente entre rentabilidad y liquidez. Para ello, deberíamos plantearnos las siguientes cuestiones:

- ¿Cobramos todas las ventas que hacemos?. Vamos a suponer que no tenemos impagados, y que por tanto, todas las ventas que hacemos se terminan cobrando.
- ¿En qué plazo cobramos nuestras ventas?. Esto implica que tengamos que analizar el periodo medio de cobro de nuestras ventas, es decir el plazo que, en términos medios, terminamos cobrando a nuestros clientes.
- ¿Pagamos todas las compras que realizamos?. Al igual que en el caso anterior, y suponiendo que no seamos morosos, todas las compras se terminarán pagando. La cuestión es ¿cuándo?, lo cual implica necesariamente el análisis del periodo medio de pago, o dicho de otra forma, el tiempo medio que empleamos para terminar pagando nuestras compras y gastos.

Del análisis de los dos indicadores anteriores (periodo medio de cobro y periodo medio de pago), nos podremos encontrar con dos situaciones bien distintas:

- Cobramos antes de lo que pagamos. Por ejemplo, cobramos a nuestros clientes a una media de 25 días, y pagamos a nuestros proveedores a una media de 55 días. Este desfase es beneficioso para nosotros, dado que tenemos los fondos para pagar con 30 días de antelación. En consecuencia, las tensiones de tesorería que se generarán en este caso serán bien reducidas, casi inexistentes. Pensemos en el caso del hipermercado de una gran superficie, que cobra la práctica totalidad de ventas al contado, pero paga a sus proveedores a una media de 60 días (por no incurrir en ilegalidades relacionadas con los excesivos retrasos en el pago). Las tensiones financieras que generan esos negocios son nulas, por el más que beneficioso desfase financiero, que sin duda juega muy a su favor. Está claro que es la situación preferible, por cuanto el propio funcionamiento de nuestra empresa nos está generando liquidez y financiación.
- Pagamos antes de lo que cobramos. Pensemos en el caso contrario, pagamos a una media de 20 días, y cobramos a una media de 60 días. En este caso, el desfase juega en nuestra contra, por cuanto nos provocará tensiones financieras con total seguridad. En este caso, contrario al anterior, nuestro negocio provoca que estemos financiando a nuestros proveedores y clientes, en lugar de financiarnos nosotros.

Evidentemente, llegar a las importantes conclusiones anteriores tiene mucho que ver con tener bien analizados nuestros periodos medios de cobro y de pago.

Como hemos visto, no es suficiente con tener un buen nivel de facturación y ventas. Es necesario, pero no suficiente, dado que este primer indicador esencial se debe ver acompañado de:

- Un completo y detallado análisis de costes, que sea capaz de informarnos de si estamos en situación de ganancias (rentabilidad positiva), o de pérdidas (rentabilidad negativa).
- Un buen análisis de los periodos medios de cobro a clientes, y de pago a proveedores, con el fin de saber cómo esa rentabilidad se traduce en liquidez.

En conclusión, podemos estar vendiendo más y no ganando dinero o vendiendo más y ganando dinero, pero no teniendo la liquidez necesaria para cumplir nuestras obligaciones de pago. Cualquiera de las dos situaciones es negativa, y puede terminar con nuestro proyecto empresarial.