

VENTAS-BENEFICIO-LIQUIDEZ II

En la segunda parte de este trabajo, vamos a ver unos sencillos ejemplos, donde podremos comprobar la importancia de vigilar el importante triángulo definido anteriormente: ventas-beneficio-liquidez. Partamos de las principales conclusiones extraídas hasta ahora:

- El volumen de ventas no basta como indicador de salud financiera de nuestro negocio.
- Las ventas son necesarias, pero no suficientes por sí solas, como para garantizar la viabilidad de nuestro proyecto empresarial.
- Análisis de costes: esencial para saber si tenemos o no la rentabilidad deseada.
- Análisis de costes: costes fijos y variables VS costes directos e indirectos.
- Ventas – costes = rentabilidad.
- La rentabilidad es otro factor esencial, pero no suficiente por si sólo para garantizar la estabilidad.
- ¿Se cobran todas las ventas?
- ¿Cuándo se cobran las ventas? Periodo medio de cobro a clientes.
- ¿Se pagan todas las compras?.
- ¿Cuándo se pagan las compras? Periodo medio de pago a proveedores.
- Los periodos medios de cobro a clientes y de pago a proveedores inciden directamente en la liquidez de nuestro negocio.
- ¿Cobramos antes que pagamos?. Buen indicador financiero.
- ¿Pagamos antes que cobramos? Mal indicador financiero.
- Triángulo a vigilar en todo caso: Ventas – rentabilidad – liquidez.

A continuación, veremos varios ejemplos encadenados, donde quedará demostrado de manera evidente, la importante correlación entre los tres conceptos definidos anteriormente.

Ejemplo 1. Si no hay beneficio, no hay liquidez posible, por muchas ventas que existan, y por mucho que crezcan dichas ventas.

Ejercicio	2022	2023	2024
Concepto/Importe			
Ventas	100.000,00 €	125.000,00 €	150.000,00 €
Aprovisionamientos	- 45.000,00 €	- 50.000,00 €	- 60.000,00 €
Personal	- 40.000,00 €	- 45.000,00 €	- 65.000,00 €
Costes de estructura	- 25.000,00 €	- 35.000,00 €	- 45.000,00 €
Resultado	- 10.000,00 €	- 5.000,00 €	- 20.000,00 €

En una situación como la descrita, no hay beneficio, y por tanto, tampoco hay liquidez. Es indiferente el análisis de los periodos medios de cobro a clientes, y de pago a proveedores, dado que aunque todas las ventas se cobraran al contado, y las compras y gastos se pagarán a 30 ó 60 días, no generaríamos liquidez suficiente para atender los compromisos de pago contraídos.

Es de destacar, además, como la situación descrita puede hacernos caer en el error de que, como estamos vendiendo más, el negocio funciona correctamente y está todo en orden. Es un error, dado que, al no tener controlados nuestros costes de producción, no estamos teniendo en cuenta que ese incremento de facturación no se está traduciendo en mayor beneficio, sino al contrario, y por tanto, no funcionamos mejor, sino peor.

De hecho, tenemos aumentos de ventas del 20-25%, pero al mismo tiempo, los costes de producción también sufren aumentos significativos, lo que hace que esos aumentos de ventas no se traduzcan en los consiguientes y necesarios aumentos de beneficios y rentabilidad.

Conclusión: extremadamente importante vigilar y analizar nuestra estructura de costes, para no caer en el error descrito en este ejemplo.

Ejemplo 2. Hay beneficio, pero no hay liquidez, por una mala configuración de los periodos medios de cobro a clientes y de pago a proveedores.

Ejercicio	2022	2023	2024
Concepto/Importe			
Ventas	125.000,00 €	140.000,00 €	190.000,00 €
Aprovisionamientos	- 45.000,00 €	- 50.000,00 €	- 60.000,00 €
Personal	- 40.000,00 €	- 45.000,00 €	- 65.000,00 €
Costes de estructura	- 25.000,00 €	- 35.000,00 €	- 45.000,00 €
Resultado	15.000,00 €	10.000,00 €	20.000,00 €

En una situación como la descrita, ya no presentamos el problema anterior, dado que estamos en situación de beneficio. Es decir, nuestras ventas son suficientes como para cubrir el total de nuestros costes de producción, y dejar un margen de beneficio.

No obstante, y a colación de la situación anterior, conviene tener en cuenta que el aumento porcentual de la rentabilidad es inferior al aumento porcentual de las ventas; es decir, nuestras ventas crecen, pero nuestros costes crecen más, en términos porcentuales. A pesar de estar en una situación de aumento de ventas y de beneficio positivo, convendría vigilar las cifras de costes, porque está claro que algo está pasando con ellas.

Al margen de que la optimización de costes es una tarea continua, que no termina nunca, supongamos además, que en este caso descrito, tenemos un periodo medio de pago a proveedores de 30 días, y un periodo medio de cobro a clientes de 50 días.

Esto implica que, en términos medios, vamos a conseguir entradas de liquidez, procedentes de nuestras ventas, a un plazo medio de 50 días. Por el contrario, vamos a tener que disponer de salidas de liquidez, para atender nuestros pagos a proveedores, en un plazo medio de 30 días.

Por lo tanto, vamos a sufrir tensiones de liquidez, si no gestionamos adecuadamente estos parámetros. Con esos datos descritos, nuestro negocio no nos está generando financiación espontánea, sino al contrario, estamos financiando a nuestros proveedores y clientes.

Las gestiones posibles para solucionar la situación anterior, implican una configuración adecuada de los periodos medios de pago a proveedores y de cobro a clientes, lo cual hace necesaria una mejor negociación de estos aspectos con las partes implicadas:

- Alargamiento de los plazos de pago a proveedores, a 60 días, por ejemplo. Esto implica que les vamos a pagar más tarde, asumiendo los proveedores el coste financiero de dicho aumento en el plazo.
- Acortamiento de los plazos de cobro a clientes, a 30 días, por ejemplo, lo que implica que nos tendrán que pagar antes.

Si conseguimos sacar adelante la negociación propuesta, esta situación es viable para nuestra empresa, dado que tenemos los tres parámetros esenciales a nuestro favor: ventas – beneficio – liquidez.

No obstante, y como hemos remarcado anteriormente, sería muy conveniente y necesario hacer una revisión de nuestra estructura de costes, con el fin de averiguar la razón de que los costes estén creciendo más que proporcionalmente que las ventas.