

CUADERNO DE TRABAJO PARA PARTICIPANTES

Conozca su flujo de efectivo

Cómo incrementar el ingreso de efectivo y disminuir el egreso de efectivo para maximizar el éxito del negocio



CHASE 
for BUSINESS®

SOLO CON PROPÓSITOS EDUCATIVOS

JPMorgan Chase Bank, N.A., Miembro de FDIC. Prestamista que ofrece igualdad de oportunidades. ©2021 JPMorgan Chase & Co.

El flujo de efectivo hace avanzar su negocio

La elección del momento oportuno es todo. Los negocios exitosos administran el efectivo para asegurarse de que esté disponible cuando lo necesiten.



50% de los pequeños negocios operan con menos de 15 días de reserva de efectivo.

Fuente: JPMorgan Chase & Co. Institute, "[Small Business Cash Liquidity in 25 Metro Areas](#)" (Liquidez de efectivo para pequeños negocios en 25 áreas metropolitanas). Medición de días de reserva de efectivo de 2013 a 2017 en la muestra transversal.

El efectivo que usted recibe por la venta de productos o servicios le permite comprar suministros e inventario, pagar el alquiler y los servicios públicos, y contratar a trabajadores y contratistas. Es el combustible que mantiene el motor de su negocio en funcionamiento sin inconvenientes.

En el entorno de negocios de hoy, el flujo de efectivo nunca ha sido más importante. Los negocios exitosos pueden fracasar si no administran el ingreso y el egreso de efectivo. Comprender los matices del flujo de efectivo y estar atento a sus tendencias le ayudarán a superar los desafíos que le esperan y prepararse para el futuro.

Índice

Conceptos básicos del flujo de efectivo	3
Cómo maximizar el ingreso de efectivo.....	7
Cómo minimizar el egreso de efectivo.....	13
Haga que el efectivo trabaje para usted.....	17

Conceptos básicos del flujo de efectivo

Descubra qué impulsa el flujo de efectivo y cómo mejorarlo.

¿Cuánto sabe acerca de sus mayores fuentes de efectivo? ¿Cuáles son sus mayores gastos? ¿Está seguro de haber optimizado su situación de efectivo? Si no es así, usted no es el único.

No puede pagar sus facturas con órdenes de compra y facturas. Necesita efectivo disponible para hacer negocios. Al maximizar el ingreso de efectivo y minimizar su egreso, usted puede crear una reserva de efectivo para ayudarle a sostener su negocio.

Días de reserva de efectivo

Una reserva de efectivo puede ayudarle a superar momentos difíciles y, potencialmente, convertir una dificultad en un triunfo. El término “días de reserva de efectivo” se refiere al número de días en que un negocio puede cubrir sus gastos sin ingresos. Puede evitar que su negocio se inunde de facturas vencidas y llamadas telefónicas de los acreedores.

Aspectos destacados del flujo de efectivo

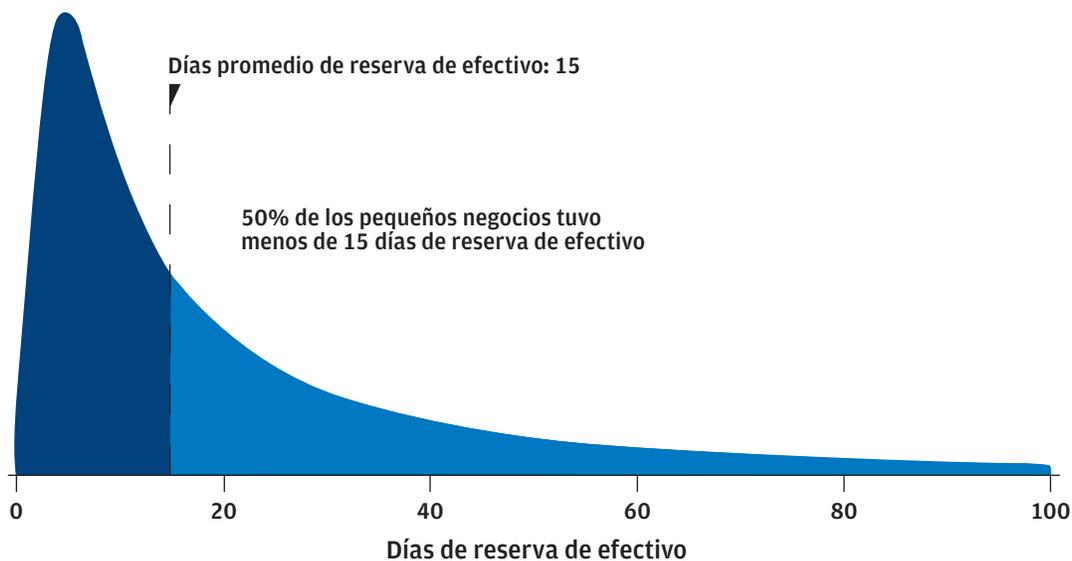
El flujo de efectivo es más que el dinero en el banco.

- Pagar a los proveedores
- Pagar a los empleados
- Alquilar espacio
- Pagar impuestos
- Reinvertir

Es necesario administrar el flujo de efectivo.

Los altibajos del negocio significan que es posible que a pesar de ser rentable no se tenga dinero en el banco. Incluso si el negocio está en auge, realice el seguimiento detallado de sus gastos y mantenga los ingresos por encima de los pagos.

Distribución de los días de reserva de efectivo en 25 áreas metropolitanas



Fuente: JPMorgan Chase & Co. Institute, “[Small Business Cash Liquidity in 25 Metro Areas](#)” (Liquidez de efectivo para pequeños negocios en 25 áreas metropolitanas). Medición de días de reserva de efectivo de 2013 a 2017 en la muestra transversal.

Tipos de ingreso y egreso de efectivo

La categorización de los flujos de efectivo ayudará a su negocio a tomar decisiones y trabajar con inversionistas, acreedores, proveedores y otras personas fuera de su compañía. Hay tres categorías principales: operación, inversión y financiación. Cada una de estas categorías puede producirse en intervalos regulares (por ejemplo, cada semana o mes), en intervalos irregulares o en un solo momento.

Operación

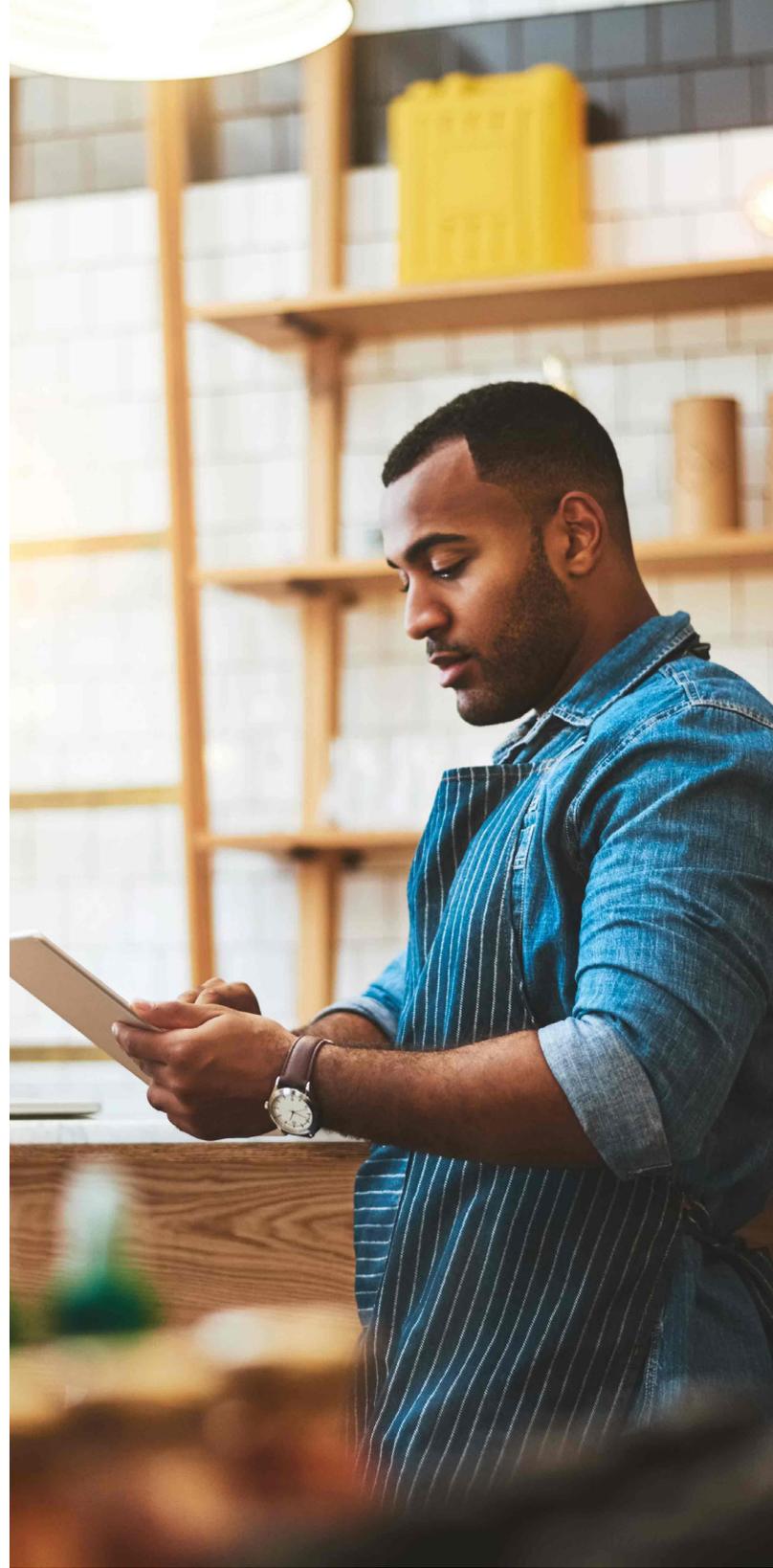
Este efectivo se recauda y gasta para respaldar las actividades principales de su negocio. Ya sean actividades pasadas o futuras, lo que importa es cuándo se recauda o gasta el efectivo. Esto le indica si su negocio puede generar suficiente efectivo a través de sus operaciones para mantenerse en pie sin ayuda externa de inversionistas o préstamos.

Inversión

Este efectivo se recauda o gasta en inversiones a largo plazo, como el arrendamiento o la venta de equipos o activos de bienes raíces. Piense en ellas como oportunidades para poner su dinero a trabajar para usted mediante la inversión en activos que podrían ayudar a su negocio a incrementar su valor.

Financiación

Este efectivo se cobra o gasta en préstamos, dividendos o acciones. El ingreso de efectivo puede usarse para ampliar su negocio o soportar una recesión, pero los pagos también pueden agregar un gasto importante.





TAREA

Herramienta de flujo de efectivo para negocios

Visualice un año de ingresos y egresos para realizar el seguimiento de su rendimiento y planificar para el futuro. Con la Herramienta de flujo de efectivo para negocios de Chase, usted puede obtener información sobre su negocio y ejecutar escenarios para averiguar qué necesitará para superar la próxima recesión.

Visite chase.com/cashflowanalysis para comenzar.

The screenshot shows the Chase Cash Flow Analysis tool interface. At the top, there is a blue header with the Chase logo. Below the header, there are three tabs: 'Inflows' (which is selected and underlined), 'Outflows', and 'Compare'. The main heading asks 'What were your inflows for the past year?' with a link to 'See example inflows'. Below this is a table with columns: Category, Description, Frequency, Date deposited, and Amount. The table is divided into three sections: OPERATING, INVESTING, and FINANCING. Each section contains one or two rows of data with 'Delete' and 'Edit' links. At the bottom, there is a form with dropdown menus for Category, Frequency, and Month, and input fields for Description and Amount, followed by an 'Add' button.

Category	Description	Frequency	Date deposited	Amount		
OPERATING						
Sales of services - online	Logo Work	One time	Jan	\$5,000	Delete x	Edit
Other income: royalties, fees, commissions	Retainer Fees	Fixed monthly	All months	\$2,500	Delete x	Edit
INVESTING						
Property rental income	Shared Office Space	Fixed monthly	All months	\$1,200	Delete x	Edit
FINANCING						
Small business loan	PPP	One time	Feb	\$20,000	Delete x	Edit

The screenshot shows the Chase Cash Flow Analysis tool interface with the 'Outflows' tab selected. The main heading asks 'What were your outflows for the past year?' with a link to 'See example outflows'. Below this is a table with columns: Category, Description, Frequency, Date withdrawn, and Amount. The table is divided into three sections: OPERATING, INVESTING, and FINANCING. Each section contains one or two rows of data with 'Delete' and 'Edit' links.

Category	Description	Frequency	Date withdrawn	Amount		
OPERATING						
Payroll/wages	Designer	Fixed monthly	All months	\$600	Delete x	Edit
Insurance - General operating	Liability Insurance	Annually	Nov	\$8,000	Delete x	Edit
INVESTING						
Purchase of equipment/machinery (assets)	New PC	One time	Mar	\$3,000	Delete x	Edit

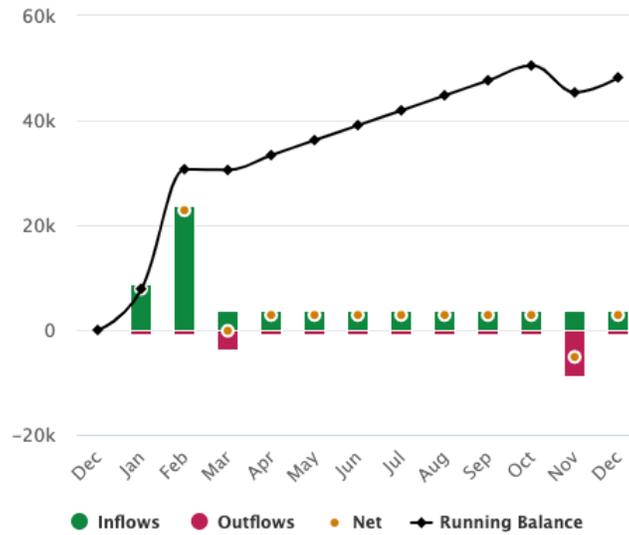


Your cash flow summary:

Period
Entire year

Entire year cash flow summary

Total inflows:	\$69,400
Total outflows:	\$21,200
Net:	+ \$48,200
Starting balance:	+ \$0
Entire year balance:	+ \$48,200



Entire year inflow breakdown



50%	operating	>
21%	investing	>
29%	financing	>

Entire year outflow breakdown



72%	operating	>
14%	financing	>
14%	investing	>

Download data

Print

or [revise inflows](#) | [revise outflows](#) | [clear all data](#)

Cómo maximizar el ingreso de efectivo

Considere cuatro estrategias para convertir una mayor parte de sus ventas en efectivo disponible.

En tiempos de incertidumbre, un enfoque ágil y estratégico del flujo de efectivo puede ayudar a su negocio a identificar oportunidades para impulsar y recaudar ingresos. Considere estas cuatro estrategias.

1. Conozca a su competencia

Casi todas las industrias han tenido cambios importantes. Es posible que sus competidores hayan cerrado, cambiado su modelo de negocio o agregado nuevos productos y servicios. Es posible que hayan surgido nuevos competidores durante el año pasado.

Profundice en la evaluación de su competencia en la hoja de cálculo de la página 12.

2. Segmente a sus clientes

Los negocios que dependen de una pequeña cantidad de clientes se enfrentan a grandes riesgos incluso si algunos de ellos se van. Ampliar su base de clientes es una excelente manera de incrementar los ingresos y crear flexibilidad para su negocio.

Sus clientes, tanto actuales como potenciales, pueden segmentarse de acuerdo con lo que necesitan y con lo que hacen. Una vez que haya identificado diferentes segmentos, usted puede:

- Adaptar sus comunicaciones para obtener mejores resultados
- Recompensar la lealtad para que sigan volviendo a su negocio por más
- Identificar nuevas audiencias con preferencias y hábitos de gasto similares

Comience a segmentar a sus clientes en la hoja de cálculo de la página 13.



3. Considere sus precios

Los consumidores están cambiando sus hábitos, los costos de suministro se están modificando y el panorama competitivo es tan dinámico como siempre. Siempre que su industria esté atravesando cambios, es razonable examinar más de cerca sus precios.

Al revisar sus precios, calcule todos los costos de producción, administración y entrega de su producto o servicio. Además, no olvide incluir en sus estimaciones de precios los costos generales que no se aplican a un producto o servicio específicos. Por ejemplo, el software de contabilidad o los servicios de limpieza son esenciales para su negocio y sus ingresos deben poder cubrirlos.

Tenga en cuenta que los pequeños incrementos de precios pueden tener un gran impacto en los ingresos a lo largo del tiempo. Usted puede reducir el impacto en sus clientes si:

- Agrupa artículos o servicios para ofrecer más valor general
- Ofrece descuentos en pedidos por volumen
- Proporciona términos de pago favorables para los compromisos más prolongados*

4. Cobre sus ventas

Conseguir la venta es solo una pequeña victoria. La verdadera ganancia es cobrar el efectivo de manera oportuna, especialmente para las compañías B2B que, a veces, sufren un retraso entre un acuerdo y el cobro.

Un proceso claro y eficiente para cobrar cuentas por cobrar puede ayudarle a evitar cuellos de botella que causan retrasos en la facturación o el pago y mantener el flujo de información del personal de ventas al personal de finanzas.

Comprender los procesos de pago de sus clientes también puede ayudarle. Si coordinar o integrar su sistema de pago con su sistema de cuentas por cobrar puede reducir el tiempo de pago, usted tendrá el efectivo disponible más rápidamente y también podría eliminar un punto débil operativo para sus clientes.



SUGERENCIA

Recibir pagos a través de su sitio web puede simplificar el proceso de sus cuentas por cobrar y acelerar los tiempos de procesamiento.

*Asegúrese de no arriesgar su situación de efectivo al retrasar el ingreso de efectivo cuando más lo necesita.



Cómo mejorar su proceso de cuentas por cobrar

- Determine o revise su política de pago.
- Cree una factura inmediatamente después de que se entregue su producto o servicio.
- Supervise las cuentas por cobrar y realice un seguimiento de los pagos vencidos en intervalos regulares.
- Supervise las cuentas bancarias y asegúrese de que los pagos se depositen de manera oportuna.
- Evalúe y ajuste su proceso para una mayor eficiencia.



HOJA DE CÁLCULO

¿Puede generar ingresos constantes?

Busque oportunidades de ingresos constantes que puedan ayudar a aliviar los altibajos de su calendario de ventas. Entre algunas ideas se incluyen suscripciones o membresías mensuales, tarjetas de regalo y ventas a través de canales de distribución alternativos.

Analice sus propias ideas de ingresos. Considere los costos para comenzar y lo compleja que puede ser la implementación.

Idea de ingresos	Costo estimado	Tiempo estimado de implementación



Pantallas Luminosas tiene dificultades para cobrar un pago

Martin Blount, el propietario de Pantallas Luminosas, obtuvo la adjudicación de un gran contrato para instalar pantallas para una importante compañía de entretenimiento que se dedicaba a eventos al aire libre. Esto significó un trabajo estable a precios superiores al promedio.

Una vez iniciada la obra, Blount presentó su primera factura. Pasó un mes y aún no le habían pagado. Llamó a su cliente y descubrió que como no había enviado su factura a través del sistema de gestión de proveedores, dicha factura nunca llegó al departamento de cuentas por pagar.

Su equipo envió rápidamente la factura a través del sistema, pero unas semanas después, aún no le habían pagado. Su compañía se estaba quedando sin efectivo. Blount temía no poder cumplir con la próxima nómina.

Cuando volvió a llamar a su cliente, descubrió que su equipo de operaciones no había completado todos los campos requeridos en el sistema de gestión de proveedores y no había monitoreado el sistema para ver las alertas que se habían acumulado.

Blount completó los campos faltantes ese mismo día y recibió el pago justo a tiempo para la próxima nómina. Luego, programó una sesión de capacitación para su equipo para que todas las facturas se presenten correctamente en el futuro. Una vez que comenzaron a llegar los pagos regulares, disminuyeron sus presiones sobre el flujo de efectivo.

Todos los casos de estudio de este cuaderno de trabajo son ejemplos hipotéticos. Cualquier parecido con personas o negocios reales es pura coincidencia.



Encuentre su lugar en el panorama competitivo

Chase for Business ha creado un ejercicio para ayudarle a ver dónde se encuentra usted en relación con su competencia. Visite chase.com/competitiveanalysis para descargar la hoja de cálculo Excel y comenzar.

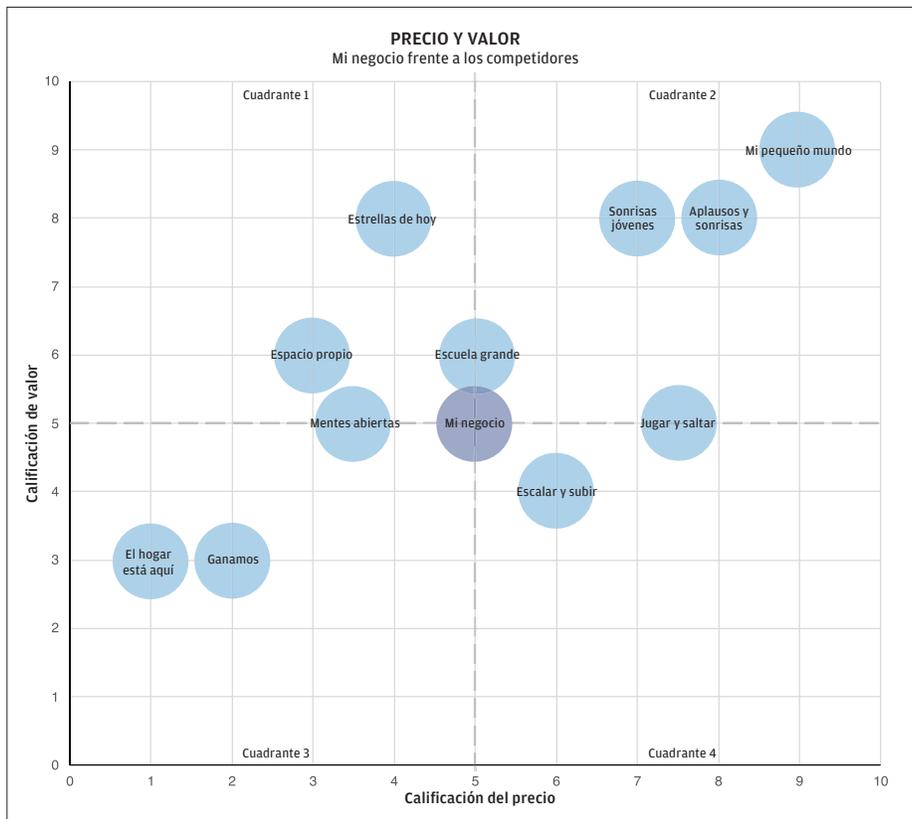
Ejemplo:

Su negocio

Nombre del negocio	Características de valor	Calificación de valor	Precio	Calificación del precio
Mi escuela favorita	Incluye transporte por un cargo; se brinda almuerzo	5	\$600	5

Sus competidores

Nombre del negocio	Características de valor	Calificación de valor	Precio	Calificación del precio
Mentes abiertas	Sin transporte; acceso a opciones de cuidado antes y después; acceso de grupo cerrado de Facebook (FB) a fotografías	5	\$450	3.5
El hogar está aquí	Proporciona transporte por un cargo; ambiente tranquilo y relajado	3	\$200	1
Sonrisas jóvenes	Transporte incluido; lista de asignaturas optativas por día; se brinda almuerzo caliente; buenas instalaciones	8	\$800	7
Aplausos y sonrisas	Transporte incluido; profesores dedicados; asignaturas optativas en edades más avanzadas; parque de aventuras	8	\$900	8
Estrellas de hoy	Transporte disponible por un cargo; programas generales y de ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM); almuerzo incluido; excelentes instalaciones	8	\$500	4





¿Quiénes son sus clientes?

En las secciones siguientes, considere quiénes son sus clientes. ¿Qué características determinantes son únicas para cada tipo de cliente? ¿Qué objetivos de ventas tiene para cada tipo de cliente y en qué período cree que puede alcanzarlos? En la última columna, piense cómo su marca puede impulsar o profundizar la relación y qué elementos podría incluir en un plan de participación.

Clientes existentes	<p>El mejor cliente</p> <p>Es posible que no venga muy frecuentemente, pero cuando lo hace gasta mucho</p> <p>¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?</p>	<p>¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?</p>	<p>¿De qué manera llegará a estos clientes?</p>
	<p>El cliente fiel</p> <p>Es posible que no gaste mucho dinero, pero compra con frecuencia y es leal</p> <p>¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?</p>	<p>¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?</p>	<p>¿De qué manera llegará a estos clientes?</p>
Clientes potenciales	<p>El cliente similar</p> <p>Es parecido a su cliente actual, pero compra en otro lugar los productos que usted vende</p> <p>¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?</p>	<p>¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?</p>	<p>¿De qué manera llegará a estos clientes?</p>
	<p>El cliente anhelado</p> <p>Un cliente que le gustaría tener, tal vez porque es influyente o representa lo que le gustaría que fuera su producto</p> <p>¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?</p>	<p>¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?</p>	<p>¿De qué manera llegará a estos clientes?</p>

Cómo minimizar el egreso de efectivo

Conocer dónde y cuándo sale el efectivo le ayuda a calcular correctamente sus gastos.

Es fundamental alinear sus gastos con las necesidades reales de su negocio. Un libro contable de gastos ajustado puede brindarle la flexibilidad que necesita su negocio para buscar nuevas oportunidades o adaptarse a los cambios en el mercado.

La mayoría de los negocios puede reducir sus gastos de al menos cinco formas: al evaluar de nuevo las relaciones con los proveedores, formar un equipo de alto desempeño, analizar los bienes raíces desde otra perspectiva, controlar el gasto en inventario y obtener valor real del mercadeo.

Relaciones con los proveedores

¿Ha cambiado su negocio de tal manera que se ha reducido su necesidad de un producto o servicio en particular? ¿Está obteniendo un buen precio por los servicios que usted necesita conservar? ¿Ha disminuido de alguna manera el valor de lo que ofrece un proveedor? Una vez que sepa con certeza lo que sus proveedores proporcionan a su negocio, usted puede tomar decisiones en cuanto a reducir o terminar una relación.



El rincón de la abuela negocia un costo menor en productos de papel

Mia Lupongo prepara un estofado de cordero increíble. Su pequeña tienda, a la que llamó El rincón de la abuela en honor a la mujer que le enseñó a cocinar, completa cientos de pedidos para llevar al día.

El rincón de la abuela siempre ha tenido dificultades con el flujo de efectivo, a pesar de que el alquiler de Lupongo es relativamente bajo y no tiene muchos empleados. Ella decidió revisar en detalle sus gastos y descubrió que sus proveedores más frecuentes, y sus mayores pagos en efectivo, eran ingredientes alimentarios y productos de papel. Decidió centrarse primero en los productos de papel.

Antes de comunicarse con los proveedores, Lupongo investigó a los proveedores de productos de papel en su área y clasificó a cada uno según las características que más valora. También analizó su proceso de pedidos y descubrió que ella realizaba pedidos de productos de manera irregular, por lo general, cuando su tienda se estaba quedando seriamente sin existencias.

Luego, se comunicó con sus proveedores para preguntarles sobre productos de menor costo y propuso hacer un pedido mensual regular a cambio de un mejor precio unitario. Su principal proveedor aceptó. Ahora gasta menos y sus gastos son más predecibles. Lo más importante es que ella ha mejorado el flujo de efectivo de su tienda sin sacrificar las relaciones cruciales con los proveedores.

Equipos de alto desempeño

La nómina por sí sola puede representar el 70% del gasto del negocio total*. Por eso, es fundamental formar un equipo equilibrado y eficiente. Estas son algunas preguntas que usted podría considerar al evaluar a su equipo:

- ¿Qué hay que hacer y cuándo? ¿Quién debe hacerlo?
- ¿Qué se puede automatizar, hacer con menos frecuencia o subcontratar?
- ¿Qué puede delegar usted como propietario de un negocio?
- ¿Hay vacíos en su personal que un contratista o un pasante puedan llenar?
- ¿Es la dotación de personal estacional una opción?

Una vez que se haya hecho algunas preguntas, usted puede desarrollar un plan. Recuerde mantener la mente abierta y estar listo para adaptarse según sea necesario. Además, comprenda cómo su plan podría afectar a los empleados. El cambio, a veces, es difícil, en particular si ha despedido a algunos miembros del equipo. Asegúrese de que el personal restante sepa que usted los aprecia y que sus contribuciones son importantes para el futuro de la compañía. Un salario competitivo es un buen comienzo, pero también considere brindar capacitación, espacio para el crecimiento y pequeños beneficios que ayuden a mantener una cultura de la compañía activa y comprometida.

Bienes raíces

¿Aún necesita el espacio que alquila o posee? Quizás su equipo trabaja desde casa o sus ventas se han realizado por internet. Mientras que los bienes raíces, a veces, no son particularmente flexibles, es posible que ahora sea el momento adecuado para volver a pensar su espacio. Preguntas para considerar:

- ¿Necesita todo ese espacio? Cada pie cuadrado cuesta dinero.
- ¿Su ubicación actual le ofrece lo que necesita? Los patrones de tráfico peatonal han cambiado, junto con la forma en que operan muchos negocios. Ese espacio en el centro de la ciudad podría haber sido razonable hace dos años, pero no hoy.
- ¿Ha incrementado su poder de negociación recientemente? Si usted está en el mercado para comenzar o renovar un contrato de arrendamiento, es posible que pueda negociar términos favorables.
- ¿Alquilar o comprar? Investigue cuánto serían los pagos de su hipoteca en comparación con su alquiler y no olvide incluir el pago inicial.
- ¿Ha hablado con su representante bancario? Es posible que tenga información valiosa para ayudarlo a responder mejor a estas preguntas.

*Chase for Business, video "Conozca su flujo de efectivo: Administración de los costos de nómina", chase.com/payrolltips.

Gasto en inventario

Conectar su inventario con las ventas y las necesidades de los clientes puede ayudarle a evitar inmovilizar demasiado efectivo. A continuación, se muestra un ejemplo de cómo el propietario de un negocio utilizó el análisis de inventario para impulsar decisiones estratégicas y preservar el efectivo.



La tienda de bebés ajusta su inventario

Claudia Beauvoir es la propietaria de La tienda de bebés, una tienda en un vecindario en expansión lleno de familias jóvenes. A ella nunca le gusta ver a una persona irse decepcionada, por lo que trata de almacenar todo el stock que pueda, incluso artículos desconocidos de otra parte del mundo. Un día, ella se dio cuenta de que el área de atrás se estaba llenando de artículos. ¿Había comprado demasiado inventario?

Beauvoir decidió analizar su inventario para comprender cuánto tiempo tardaban los productos en venderse. Rápidamente, ella descubrió que muchos productos permanecían en la tienda durante meses, y algunos hasta dos años. A medida que investigaba más profundamente, descubrió que si un artículo se vendía en seis meses, podría obtener un margen neto de aproximadamente el 50%, pero ese número disminuía significativamente después de cada seis meses adicionales.

Beauvoir decidió establecer límites en la cantidad de un artículo que vendería y se enfocó en sus más vendidos. También, descubrió proveedores mayoristas que le harían pedidos especiales dándole así la oportunidad de completar solicitudes de artículos menos populares. Como resultado, Beauvoir redujo su gasto en efectivo y mejoró su rentabilidad.

Mercadeo

El mercadeo implica un poco arte y un poco de ciencia, pero si usted tiene objetivos específicos, medibles, alcanzables y con plazos determinados, puede enfocar su inversión en mercadeo en las iniciativas que tengan más posibilidades de dar resultados.



La mueblería funcional presenta un nuevo aspecto

Marshall James creó el escritorio perfecto. Es duradero, se ajusta para estar de pie o sentado, y almacena fácilmente todo tipo de suministros de oficina. Su compañía, La mueblería funcional, ha estado enviando el escritorio sin ensamblar en una caja simple durante años, pero James, recientemente, se dio cuenta de que la experiencia del cliente no termina cuando se entrega la caja. Y, una caja simple y aburrida no es una gran experiencia.

Mientras sus diseñadores trabajaban en nuevas cajas que redujeran el desperdicio y se vieran increíbles, James analizó su suministro actual de empaquetado. Calculó que le quedaban cuatro meses de empaquetado, por lo que podía esperar a realizar su primer pedido. Mientras tanto, él trabajó en una campaña que llamó “Tiempo abierto” que alentaría a los clientes a crear videos en los que abren el nuevo empaquetado. Los videos comenzaron a generar expectativas en los medios sociales, lo que ayudó a su nuevo empaquetado a crear entusiasmo y conocimiento de su producto.



Analice las relaciones con sus proveedores

Esta hoja de cálculo puede ofrecerle un resumen de la importancia de la relación de cada proveedor y puede usarse como guía sobre cómo tomar medidas.

Visite chase.com/vendoranalysis para descargar la hoja de cálculo y comenzar.

Ejemplo:

Información del proveedor				Criterios			Acciones e información de contacto	
Nombre del proveedor	Gasto anual actual con el proveedor	Pequeño (P), Mediano (M), Grande (G) o Proveedor potencial (P)	Servicios o productos adquiridos actualmente	Calidad del producto	Precio	Puntualidad de las entregas	Puntaje ponderado	Acción potencial
				Evalúe los elementos de los criterios según su importancia. (1 = menos importante, 3 = más importante)				
				3	1	2		
Proveedor 1	\$36,000	G	Productos de papel	5	3	3	24	Puntaje alto: Mantenga la relación y vea cómo se puede mejorar.
Proveedor 2	\$15,000	M	Productos de papel	3	4	5	23	Puntaje alto: Mantenga la relación y vea cómo se puede mejorar.
Proveedor 3	\$ -	P	Productos de papel	2	5	2	15	Puntaje bajo: Considere la posibilidad de cambiar.
Proveedor 4	\$ -	P	Productos de papel	4	2	4	22	Puntaje alto: Mantenga la relación y vea cómo se puede mejorar.
Proveedor 5	\$ -	P	Productos de papel	3	1	4	18	Puntaje medio: Mantenga la relación, pero busque alternativas.

Haga que el efectivo trabaje para usted

¿Cómo mejorará su flujo de efectivo?

Reconocer cómo se mueve el dinero en su negocio nunca ha sido más importante. Incluso en tiempos difíciles, hay muchas acciones que usted puede llevar a cabo para que su negocio tenga una base más sólida. Analizar su flujo de efectivo y hacer ajustes es un primer paso fundamental.

Chase creó una herramienta útil para ayudarle a ver un año de ingresos y egresos de efectivo. Haga un mapa de su rendimiento actual o ejecute diferentes escenarios para ayudarle a planificar lo que se avecina. Solo toma unos minutos para comenzar al visitar chase.com/cashflowanalysis.

Se necesita mucho para operar un negocio, especialmente ahora. Una estrategia sólida de flujo de efectivo puede consolidar su posición y ayudarle a seguir creciendo.

Trabaje con un representante bancario de Chase

Chase for Business ofrece recursos y servicios para ayudarle a administrar su negocio. Estamos comprometidos a proveer la orientación experta y respaldar sus necesidades de negocios.

JPMorgan Chase Bank, N.A., Miembro de FDIC. Prestamista que ofrece igualdad de oportunidades.
©2021 JPMorgan Chase & Co.





Para fines informativos o educativos únicamente: El punto de vista del orador puede diferir de los puntos de vista de otros empleados y departamentos de JPMorgan Chase & Co. Es posible que los puntos de vista y las estrategias descritos no sean los apropiados para todas las personas y no tienen como fin servir como consejo o recomendaciones específicas para ninguna persona. Antes de tomar cualquier decisión, usted debe considerar detenidamente sus necesidades y objetivos, además de consultar a los profesionales adecuados. Las perspectivas y el rendimiento pasado no son garantía de resultados futuros.