

# Conozca su flujo de efectivo

Cómo aumentar el ingreso  
de efectivo y disminuir el  
egreso para maximizar el  
éxito de los negocios

**CHASE**   
*for* BUSINESS<sup>®</sup>

SOLO CON FINES EDUCATIVOS

JPMorgan Chase Bank, N.A., Miembro de FDIC. Prestamista que ofrece igualdad de oportunidades.  
©2023 JPMorgan Chase & Co.





## Jenny Aragon

Para fines informativos o educativos únicamente: Es posible que estas opiniones difieran de las de otros empleados y departamentos de JPMorgan Chase & Co. Es posible que las perspectivas y estrategias descritas no sean adecuadas para todas las personas, y no tienen como propósito el asesoramiento o la recomendación para una persona en particular. Antes de tomar cualquier decisión, usted debe considerar detenidamente sus necesidades y objetivos, y consultar a los profesionales adecuados. Las perspectivas y el rendimiento pasado no son garantía de resultados futuros.

El flujo de efectivo es el combustible que mantiene a su negocio en funcionamiento, sin inconvenientes.

El éxito se basa en garantizar  
que el efectivo esté disponible  
cuando lo necesite.

ENCUESTA

¿Qué tan confiado está en tener el efectivo para cubrir un mes de cierre de su negocio?



# ¿Qué cubriremos hoy?

## PARTE 1

Conceptos básicos del flujo de efectivo

## PARTE 2

Cómo maximizar el ingreso de efectivo

## PARTE 3

Cómo minimizar el egreso de efectivo

## PARTE 4

Haga que el efectivo trabaje para usted

PARTE 1

# Conceptos básicos del flujo de efectivo

# 50%

El 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.



## Un refugio en la tormenta

Los días de reserva de efectivo le ofrecen la confianza de saber que no se quedará inmerso en facturas vencidas.

# Tipos de ingreso y egreso de efectivo



Operación



Inversión

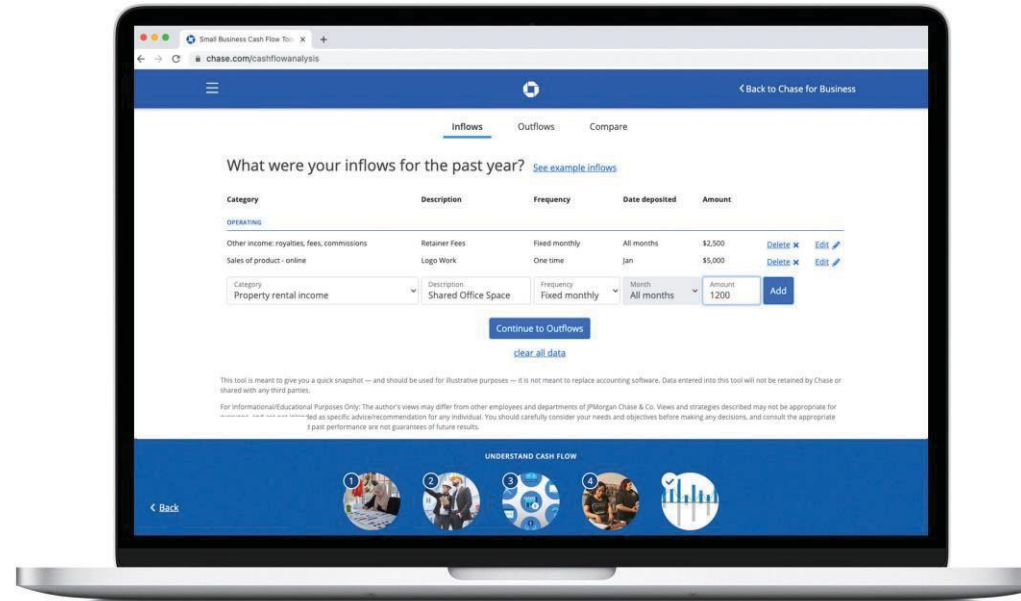


Financiación

# Herramienta de flujo de efectivo para negocios

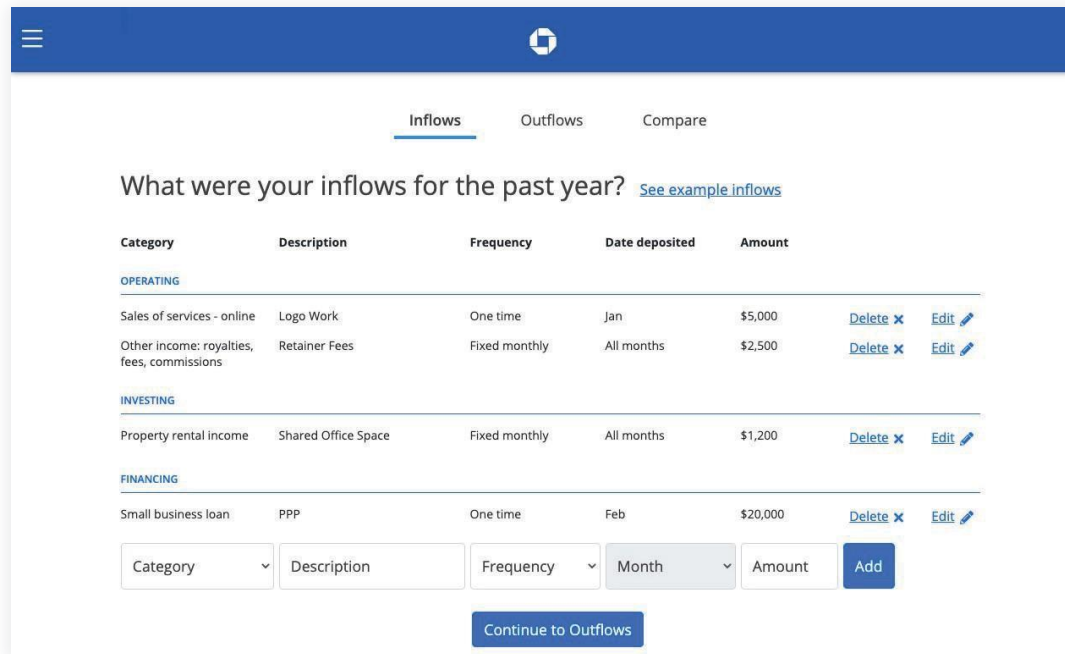
Visualice un año de ingresos y egresos para realizar el seguimiento de su rendimiento y planificar para el futuro.

Puede encontrar esta herramienta en [chase.com/cashflowanalysis](https://chase.com/cashflowanalysis).



Ejemplo únicamente.

# Ingresos



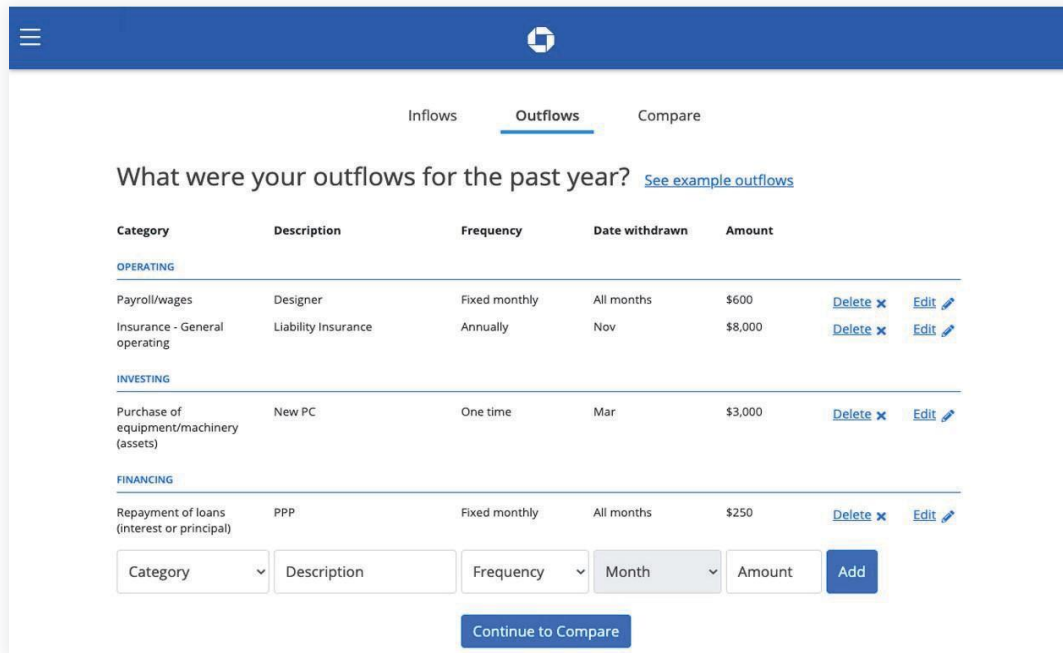
The screenshot shows the Chase Business Inflows page. At the top, there are three tabs: 'Inflows' (selected), 'Outflows', and 'Compare'. Below the tabs, the heading reads 'What were your inflows for the past year?' with a link to 'See example inflows'. The main content is a table with columns: Category, Description, Frequency, Date deposited, Amount, Delete, and Edit. The table is divided into three sections: OPERATING, INVESTING, and FINANCING. Below the table, there is a form to add a new inflow with fields for Category, Description, Frequency, Date (Month), Amount, and an Add button. A 'Continue to Outflows' button is located at the bottom of the page.

Category	Description	Frequency	Date deposited	Amount	Delete	Edit
<b>OPERATING</b>						
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
<b>INVESTING</b>						
Property rental income	Shared Office Space	Fixed monthly	All months	\$1,200	Delete x	Edit
<b>FINANCING</b>						
Small business loan	PPP	One time	Feb	\$20,000	Delete x	Edit

Category  Description  Frequency  Month  Amount

Ejemplo únicamente.

# Egresos



The screenshot shows the Chase Business Outflows management interface. At the top, there are tabs for 'Inflows', 'Outflows' (which is selected), and 'Compare'. Below the tabs, a heading asks 'What were your outflows for the past year?' with a link to 'See example outflows'. The main content is a table of outflows, categorized into OPERATING, INVESTING, and FINANCING. Each row includes columns for Category, Description, Frequency, Date withdrawn, and Amount, along with 'Delete' and 'Edit' actions. At the bottom, there is a form to add a new outflow with fields for Category, Description, Frequency, Month, and Amount, and an 'Add' button. A 'Continue to Compare' button is also present.

Category	Description	Frequency	Date withdrawn	Amount	
<b>OPERATING</b>					
Payroll/wages	Designer	Fixed monthly	All months	\$600	<a href="#">Delete</a> <a href="#">Edit</a>
Insurance - General operating	Liability Insurance	Annually	Nov	\$8,000	<a href="#">Delete</a> <a href="#">Edit</a>
<b>INVESTING</b>					
Purchase of equipment/machinery (assets)	New PC	One time	Mar	\$3,000	<a href="#">Delete</a> <a href="#">Edit</a>
<b>FINANCING</b>					
Repayment of loans (interest or principal)	PPP	Fixed monthly	All months	\$250	<a href="#">Delete</a> <a href="#">Edit</a>

Category  Description  Frequency  Month  Amount

Ejemplo únicamente.

# Resultados

Descargue o imprima sus resultados. Puede regresar con la frecuencia que desee para ajustar y elaborar estrategias.

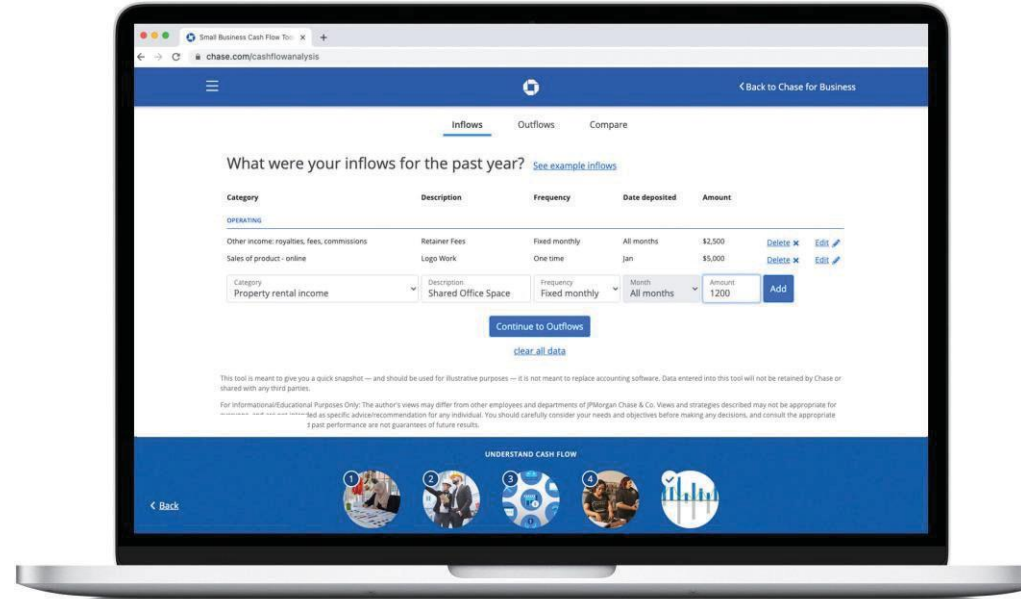
Puede encontrar esta herramienta en [chase.com/cashflowanalysis](https://chase.com/cashflowanalysis).



Ejemplo únicamente.



Después de esta presentación, usted puede realizar el seguimiento de su efectivo y planificar para el futuro en [chase.com/cashflowanalysis](https://chase.com/cashflowanalysis).



Ejemplo únicamente.

## PARTE 2

# Cómo maximizar el ingreso de efectivo



Cuatro formas de identificar  
y aprovechar al máximo sus  
oportunidades de negocio:

# 1. Conozca a su competencia

¿Cómo ha cambiado su  
entorno competitivo en  
el último año?



Complete el ejercicio de análisis competitivo. Encontrará un ejemplo y el enlace en la página 12 de su cuaderno de trabajo.



HOJA DE CÁLCULO

TAREA

## 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](http://chase.com/competitiveanalysis) para descargar la hoja de cálculo Excel y comenzar.

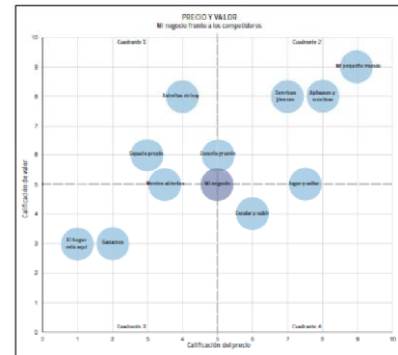
### Ejemplo:

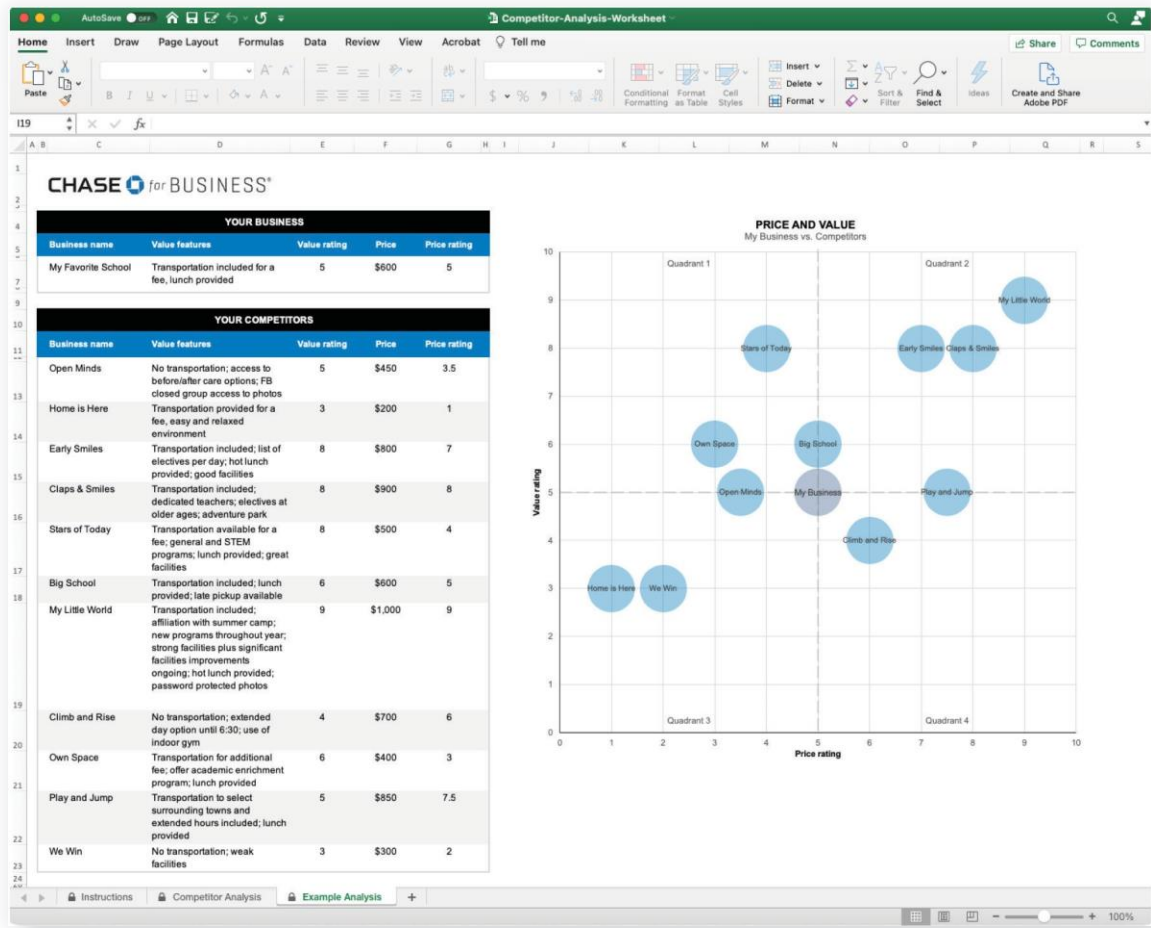
Su negocio

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 funciones PBA a fotografías	5	\$450	3.5
El hogar está aquí	Proporciona transporte por un cargo; ambiente tranquilo y relajado	3	\$200	1
Sentidas Jívenes	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	\$950	8
Estrella de hoy	Transporte disponible por un cargo; programas generales y de ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas (PTM); almuerzo incluido; excelentes instalaciones	8	\$500	4





## 2. Segmente a sus clientes

Conozca a sus clientes para generar lealtad de manera más estratégica y expandir su base.



## HOJA DE TRABAJO

# ¿Quiénes son sus clientes?

Puede encontrar su hoja de trabajo en la página 13 de su cuaderno de trabajo.



## HOJA DE CÁLCULO

### ¿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.

#### El mejor cliente

Es posible que no venga muy frecuentemente, pero cuando lo hace gasta mucho

¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?

¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?

¿De qué manera llegará a estos clientes?

#### El cliente fiel

Es posible que no gaste mucho dinero, pero compra con frecuencia y es leal

¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?

¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?

¿De qué manera llegará a estos clientes?

#### El cliente similar

Es parecido a su cliente actual, pero compra en otro lugar los productos que usted vende

¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?

¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?

¿De qué manera llegará a estos clientes?

#### El cliente anhelado

Un cliente que le gustaría tener, tal vez porque es influyente o representa lo que le gustaría que fuera su producto

¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?

¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?

¿De qué manera llegará a estos clientes?



# El mejor cliente

Cuando le compra, gasta mucho dinero.

- ¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?
- ¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?
- ¿De qué manera llegará a estos clientes?

# El cliente fiel

No gasta mucho dinero, pero compra con frecuencia y es leal.

- ¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?
- ¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?
- ¿De qué manera llegará a estos clientes?

# El cliente similar

Piense en personas que se parecen a su cliente actual, pero que compran en otro lugar.

- ¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?
- ¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?
- ¿De qué manera llegará a estos clientes?

# El cliente anhelado

Concéntrese en el cliente que  
llevará su negocio al siguiente nivel.

- ¿Qué tipo de personas suelen pertenecer a esta categoría de clientes?
- ¿Qué objetivos de ventas puede establecer para estos clientes?
- ¿De qué manera llegará a estos clientes?

## En el chat

¿Qué nueva información ha descubierto recientemente sobre sus clientes?

# El valor de la segmentación

Una vez que haya identificado diferentes segmentos, puede:

- Adaptar sus comunicaciones
- Recompensar la lealtad
- Identificar nuevas audiencias

# 3. Considere sus precios

Los hábitos cambian, los costos  
varían, los competidores  
intentan nuevas estrategias.



# Precios que son beneficiosos para usted y sus clientes

- Paquetes de artículos o servicios
- Descuentos en pedidos por volumen
- Términos de pago favorables para compromisos más prolongados

# 4. Cobre sus ventas

Los procesos claros y eficientes para el cobro de cuentas por cobrar pueden ayudarle a evitar cuellos de botella de efectivo.

# Cómo mejorar su proceso de cuentas por cobrar

- Actualizar las políticas de pago
- Facturar más rápido
- Supervisar y dar seguimiento a las cuentas por cobrar
- Supervisar las cuentas bancarias
- Centrarse en la eficiencia del proceso

## En el chat

¿Tiene un enfoque creativo que le gustaría compartir para generar ingresos?



## Pantallas Luminosas

La desorganización en la facturación provocó demoras en el pago de un contrato grande. Como resultado, el negocio casi se quedó sin efectivo.

## PARTE 3

# Cómo minimizar el egreso de efectivo

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



# Relaciones con proveedores

Es posible que pueda negociar términos más favorables.

- ¿Ha cambiado su negocio?
- ¿Ha cambiado su situación de efectivo?
- ¿Ha cambiado el proveedor?
- ¿Podrían otras opciones satisfacer sus necesidades?



## HOJA DE TRABAJO

# Analice las relaciones con sus proveedores.

# Puede encontrar su hoja de trabajo en la página 17 de su cuaderno de trabajo.

### HOJA DE CÁLCULO

## 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 [phase.com/vendoranalysis](https://phase.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	Proveedor potencial (Y)	Cantidad del producto	Puntaje de los riesgos	Puntaje ponderado			
			Prepago (Y), Mediano (M), Grande (G) o Proveedor potencial (Y)	Prácticamente	Califique a cada proveedor por riesgo. 1 = malo, 2 = promedio, 3 = bueno, 4 = muy bueno, 5 = excelente			
Proveedor 1	\$30,000	G	Producto de papel	5	3	3	26	Proveedor alto. Monitorear la relación y evaluar si se puede mejorar.
Proveedor 2	\$15,000	M	Producto de papel	3	4	5	25	Proveedor alto. Monitorear la relación y evaluar si se puede mejorar.
Proveedor 3	\$ —	P	Producto de papel	2	5	2	15	Proveedor bajo. Considere la posibilidad de cambiar.
Proveedor 4	\$ —	P	Producto de papel	4	2	4	22	Proveedor alto. Monitorear la relación y evaluar si se puede mejorar.
Proveedor 5	\$ —	P	Producto de papel	3	1	4	10	Proveedor medio. Monitorear la relación, pero no hacer ajustes.



## El Rincón de la Abuela

Un pequeño restaurante de comida para llevar que usa muchos recipientes, utensilios y servilletas pudo obtener un mejor precio en esos productos al realizar pedidos mensuales.

# Equipos de alto desempeño

- ¿Qué miembros del personal se necesitan para las tareas esenciales?
- ¿Qué tareas se pueden automatizar, reducir o subcontratar?
- ¿Qué puede delegar?
- ¿Hay vacíos que un contratista o un pasante puedan llenar?
- ¿Es la dotación de personal estacional una opción?

# Bienes raíces

- ¿Aún necesita el espacio que alquila o posee actualmente?
- ¿Puede volver a negociar su contrato de arrendamiento?

# Gasto en inventario

El inventario inmoviliza el efectivo, por lo que es importante tener siempre la cantidad justa.



## La Tienda para Bebés

Una tienda de un vecindario trató de prever todas las solicitudes. Todo ese inventario estancado fue un obstáculo significativo para su efectivo.

# Mercadeo

Enfoque su inversión en mercadeo en las iniciativas que tienen más probabilidades de dar resultados.





## La Tienda de Mobiliario de Oficina

Las nuevas presentaciones del producto y una campaña de desembalaje generaron expectativas y un mayor conocimiento del producto.

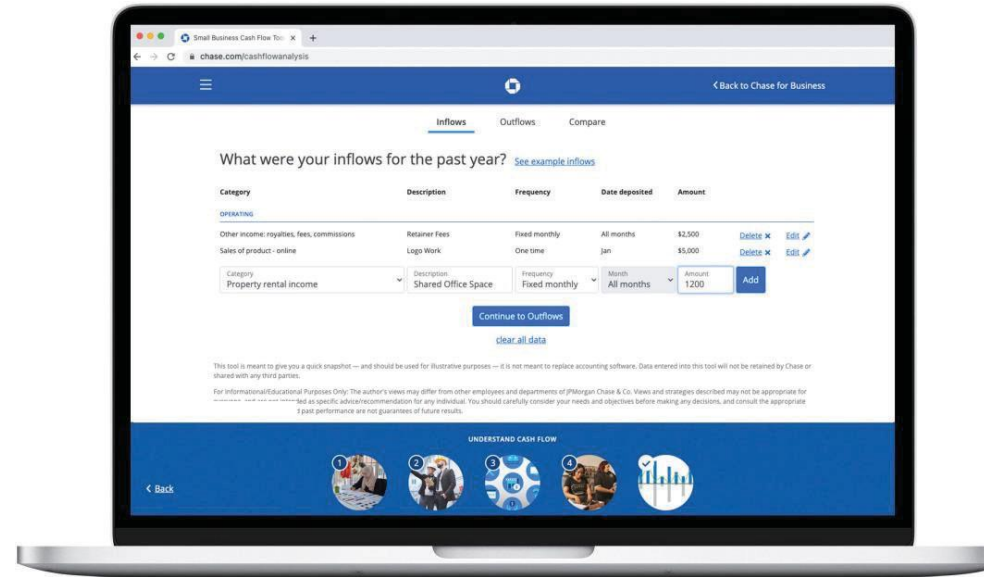
## PARTE 4

# Haga que el efectivo trabaje para usted

Reconocer cómo se mueve el dinero en su negocio nunca ha sido más importante.

# Herramienta de flujo de efectivo para negocios

Asegúrese de aprovechar la herramienta de flujo de efectivo para negocios de Chase en [chase.com/cashflowanalysis](https://chase.com/cashflowanalysis).



Ejemplo únicamente.

## ENCUESTA

Después de este curso, ¿se siente más confiado en su capacidad para administrar el flujo de efectivo?



## En el chat

¿Cuál es una estrategia de flujo de efectivo que usted comenzará la próxima semana?

¿Tiene alguna pregunta?

¿Tiene alguna pregunta?



# Gracias

**CHASE**   
*for* BUSINESS<sup>®</sup>



Al escanear el código QR, se le transferirá a un sitio presentado por SurveyMonkey. La información recopilada en esta encuesta será para uso exclusivo de JPMorgan Chase Bank, N.A.

Para fines informativos o educativos únicamente: es posible que estas perspectivas difieran de las de otros empleados y departamentos de JPMorgan Chase & Co. Es posible que las perspectivas y estrategias descritas no sean adecuadas para todas las personas, y no tienen como propósito el asesoramiento ni la recomendación específicos para ninguna persona. La información se ha obtenido de fuentes que se consideran confiables, pero JPMorgan Chase & Co. o sus afiliadas o subsidiarias no garantizan su integridad o exactitud. 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.

JPMorgan Chase Bank, N.A., Miembro de FDIC. Prestamista que ofrece igualdad de oportunidades. ©2023 JPMorgan Chase & Co.