



GUÍA FINANCIERA PARA GESTIONAR TU CARTERA

Realizar un análisis y gestión oportuna de la cartera de tus clientes desde la visión financiera, es fundamental a la hora de garantizar la liquidez suficiente para responder ante las obligaciones de la empresa y tener una sostenibilidad a largo plazo.

A continuación, te presentamos una lista de buenas prácticas que puedes adoptar en tus procesos financieros para gestionar adecuadamente tu cartera:

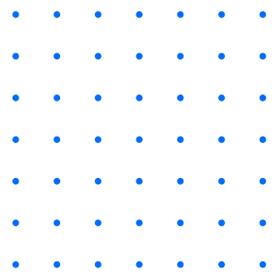
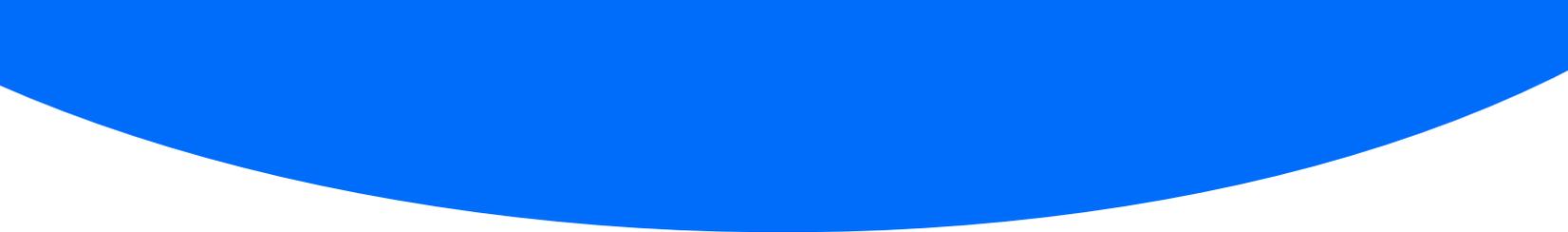
1. ANÁLISIS DE ENTORNO FINANCIERO

Gran parte de lo que pasa a nuestro alrededor nos impacta, por eso haz un monitoreo frecuente de lo que sucede con la economía, cómo se comportan los diferentes sectores y qué pasa con la inflación, el desempleo, la tasa de cambio y otras variables que no solo pueden impactar los resultados de tu compañía, sino también los de la economía de tus clientes y su capacidad de pago.

2. POLÍTICAS DE CRÉDITO

Puedes comenzar por identificar si en la realidad de tu organización y del sector del cual hace parte se permite realizar ventas a crédito; en caso de ser posible, establece unos montos claros para cada tipo de cliente, bázate en su historial de pago, su capacidad de endeudamiento, su riesgo crediticio, los canales a través de los cuales puedes comunicarte con él, las garantías que puedes exigir, entre otros.

Define principalmente un plan de gestión y monitoreo del riesgo de crédito, recuerda que en la salud de tu cartera se encuentra apalancado tu capital de trabajo y liquidez.

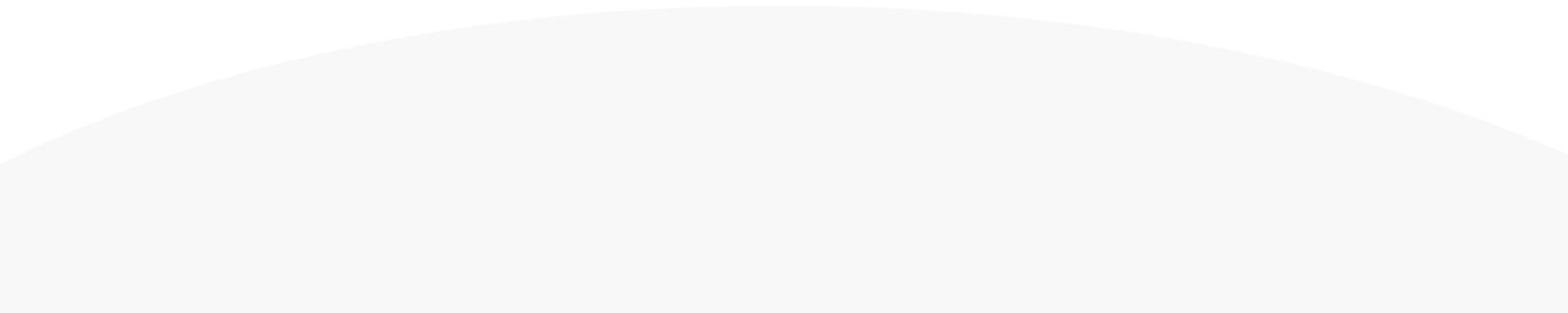


3. SISTEMA DE FACTURACIÓN Y COBRO

Si requieres una **garantía real sobre una deuda de cliente**, lo primero que necesitas es una **factura**; por eso revisa tu sistema de facturación (idealmente de facturación electrónica), así, ante el seguimiento y el monitoreo, tendrás un **documento soporte** para realizar cualquier tipo de gestión.

Define un proceso de **vigilancia y control proactivo de tu cartera**, identifica los pagos que están próximos a vencerse y define una política de comunicación efectiva con el cliente. Adicional, busca alternativas, como empresas de cobranza, para aquellos casos en los cuales **no recibiste el pago oportuno** de tus cuentas por cobrar.

Construye estrategias de financiación, recobro, beneficios y otros, con base en el contexto económico y en la segmentación que hayas realizado de tus clientes.



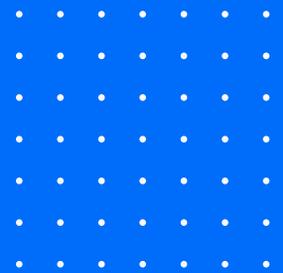
4. DIVERSIFICACIÓN DE LA CARTERA

Construye planes de acción que te permitan evitar la dependencia de un número pequeño de clientes, así podrás tener mayor capacidad de negociación, mejor manejo sobre tus tarifas, menor riesgo de liquidez ante un no pago y, por supuesto, más independencia a la hora de desarrollar mercado.

5. GANANCIAS BRUTAS POR CLIENTE

Haz un análisis de cada uno de tus clientes (al menos los que más peso tienen en tu cartera) e identifica cuál es la categoría de productos o servicios que más consumen y cuál es la rentabilidad que estas categorías generan en tu compañía. Para este ejercicio es fundamental que identifiques no solo los ingresos por producto/servicio, sino también los costos asociados.

Analiza con base en este resultado, cuáles son los clientes que más aportan a que tu empresa obtenga utilidades y cuáles son aquellos que podrían generar pérdidas.



6. PROVISIONES Y RESERVAS

Cuando vendemos a crédito, somos conscientes de que el riesgo de no pago se puede materializar, por eso es importante identificar históricamente cómo se ha comportado tu cartera y, con base en esto, hacer provisiones que te permitan cubrir tus obligaciones ante proveedores, colaboradores, entidades financieras y demás, en caso de que en ese periodo de tiempo no recibas el monto que esperabas por cobro o recuperación de cartera.

Es importante que definas un proceso de seguimiento en el cual puedas revisar y ajustar la provisión que realices, según la evolución en el comportamiento de tu cartera de clientes.

7. PRODUCTOS QUE CUBRAN EL RIESGO DE NO PAGO

A menos que seas una entidad financiera o una empresa de cobranza, el corazón de tu negocio no debería enfocar muchos esfuerzos en recuperar la cartera de un cliente que no realizó un pago, por eso una de las opciones que puedes considerar, es obtener un seguro de crédito para protegerte contra el riesgo de no pago de clientes.

Haz un análisis del comportamiento de tu cartera y, con base en los resultados, identifica si hubiese sido oportuno cubrir ese riesgo y destinar los esfuerzos y los recursos perdidos a potenciar el crecimiento de tu empresa.

8. BENEFICIOS, CAMPAÑAS Y DEFINICIÓN DE CONDICIONES DE PAGO

Identifica cuáles acciones producen en tus clientes **un pago oportuno o más rápido de lo esperado**, campañas como descuentos por pronto pago, descuentos por pagos de contado o ciertos medios de pago que te generen menos costos financieros, pueden incentivar una **cartera sana** y eficiente.

También considera las tarjetas de crédito como una opción para tus clientes; si bien representan costos financieros para la compañía, **el riesgo de crédito, a través de la financiación para el cliente, la estaría asumiendo la entidad financiera y no tu organización.**



9. CONEXIÓN ENTRE ÁREAS CLAVE

Construye un equipo de seguimiento y control de la cartera que involucre las áreas de Ventas, Finanzas y Servicio al Cliente para garantizar una gestión eficiente de la cartera de punta a punta.

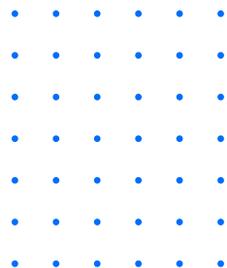
Recuerda que los resultados de la empresa no dependen netamente de lo que identifique el área Financiera, dependerán de la gestión conjunta de todas las áreas, en pro de un resultado estratégico de compañía.



10. ALINEACIÓN DE INTERESES

Establece un plan de reconocimiento o de incentivos para tu equipo de ventas, de acuerdo con los recaudos realizados y no solo por las ventas. Un ejemplo de esto puede ser una comisión entregada a los equipos de ventas que no sea por el negocio cerrado, sino por el pago real. Esto permitiría que, en la alineación de intereses, las áreas comerciales estén velando realmente por una gestión idónea de la cartera.

El enfoque proactivo, el análisis continuo y la gestión del riesgo, **son bases fundamentales para la sostenibilidad financiera de tu organización.**





Empres SURA, un aliado para avanzar.