



CONCEPTO

# 07 TENER CREDITO

La experiencia de años en el sector, una gestión eficiente, un bajo endeudamiento..., todo o parte de lo anterior hace que las entidades financieras miren tu negocio con ojos golosos. Y no es extraño que se aproximen con cantos de sirena para captar algo más que su atención.

Tu empresa tiene crédito. Crédito en forma de buena reputación; pero también crédito como perfil económico digno de recibir financiación.

Y llegan las ofertas: préstamos a un tipo de interés muy competitivo y sin garantías adicionales, líneas de financiación de circulante para que las traslades a tus clientes, a tus proveedores o a ambos, etc. Esto abre puertas para emprender esa reforma pendiente, para añadir una nueva línea de negocio, para desarrollar una campaña comercial, etc.

**Hay que aprovechar estas oportunidades, piensas; así que escuchas las propuestas**, dispuesto a negociar a la baja, eso sí. Y te adentras en las redes de la estrategia de captación de la entidad de turno. Lo que comenzó siendo un préstamo barato y con poco compromiso se fue convirtiendo en un paquete de fidelización, con tarjeta de crédito, terminal TPV y seguros de daños, vehículo y salud. Todo con unas condiciones imbatibles y sin comisiones, faltaría más.

Ese contrato no perjudica al negocio e incluso puede ser práctico y hasta beneficioso. Siempre, por supuesto, que no se te olvide cumplir con los compromisos de consumo mensual, que no surja un siniestro no cubierto, o que no cambie el viento y la bonanza que antecedió a la oferta con condiciones imbatibles se torne en borrasca tempestuosa y empiece a sobrar lastre financiero.



## El plan de negocio

Todos vendemos, de un modo u otro. Ya sea en el sentido literal del comercio, ya sea difundiendo nuestra imagen como estandarte reconocible y atractivo para nuestros objetivos.

Las entidades financieras también venden. Su implantación en la sociedad es muy potente y el peso de su actividad irradia toda la economía, que está fuertemente bancarizada; no solo en España, sino en toda Europa. La banca trabaja en pos del crecimiento continuado y establece objetivos de venta a sus unidades comerciales (banca comercial, banca de empresas, banca privada), distribuyendo metas (por trimestre, por semestre, por año) para los distintos segmentos de clientes y los diferentes tipos de producto que lanzan (préstamos, líneas de circulante, líneas import-export; pero también seguros y hasta bazar y electrodomésticos).

Por eso es importante **sentir que uno compra y no que le están vendiendo. Para tener esto presente, es fundamental tener un plan de negocio.** Es preciso marcar un rumbo e intentar desviarse lo menos posible de esa senda. Es decir, hay que tener claro cuándo se necesita algo y para qué. Definir las prioridades y evaluar si estamos siguiendo nuestra propia hoja de ruta.

El plan de negocio debe traducirse en planes de acción cuantificables. Y estos, en un presupuesto periódico (anual, con cortes mensuales), que actuará de guía para reconocer cuándo te estás desviando.

La guía tendrá indicadores económico-financieros con valores deseados. Muchos de estos indicadores son los que empleará la entidad financiera para obtener el rating de tu empresa.

# Gana tranquilidad monitorizando las ratios de liquidez y solvencia



## Diversidad de la oferta

Una vez determinada la primacía de tu plan de negocio sobre las ofertas que puedas recibir, es determinante tomar la iniciativa.

El plan de negocio contemplará inversiones y unas necesidades de financiación, tanto de circulante como a largo plazo. La contratación de esta financiación exige dedicación, análisis y negociación.

Aunque la última crisis financiera devino en una drástica reducción de la oferta de bancos, existe **diversidad en la oferta de estos servicios financieros: banca tradicional y alternativa o complementaria.**

# Prepara una presentación de la inversión que deseas financiar

Esta financiación alternativa es minoritaria en España, pero funciona con normalidad y alta cuota de mercado en EE.UU. Detrás de esta vía hay fondos que tratan de rentabilizar sus inversiones. Suele ser más cara que la tradicional, pero también admite una mayor dosis de riesgo.

Para cualquiera de las opciones, es determinante disponer de una presentación del estado del negocio, de su evolución y su proyección. Esta presentación debe contener datos cualitativos y cuantitativos para respaldar la inversión que se desee acometer.

La entidad prestamista querrá conocer la profundidad del proyecto y la capacitación del equipo que lo ejecute. Además de aplicar las ratios de rigor, tendrá en cuenta los elementos no numéricos que aporten garantías de éxito y, como consecuencia, capacidad para retornar los fondos que aporte.

Pide a tu asesor que elabore el plan de negocio de tu empresa y la presentación de la inversión que quieres financiar. También puede ponerte en contacto con un consultor especializado, puesto que es un encargo que no es frecuente en las asesorías.



Promueve:



Financia:

