



## Gastos generales: un colchón de liquidez frente a la crisis

En los tiempos que vivimos, conseguir que la cuenta de resultados arroje un saldo positivo es tarea complicada.

Las condiciones del mercado no favorecen un incremento de la facturación de las empresas que, por el contrario, siguen teniendo que hacer frente a todos los gastos asociados a la operativa corriente de la organización. Los recibos del agua, del gas, la electricidad, el alquiler, mantenimiento de las oficinas, etc. son gastos recurrentes en los que las compañías 'invierten'

el 25 por ciento de su cifra de negocio, un porcentaje importante en un contexto socio-económico que exige una adaptación por parte de las empresas, con el fin de sortear la crisis. De hecho, tal y como revelan diferentes estudios de mercado, un 65 por ciento de las empresas decide, como consecuencia de la crisis, recortar los gastos relacionados con las telecomunica- ➔



## asesoramiento

[www.pvd.com](http://www.pvd.com)

← ciones, los suministros de energía, el mantenimiento de locales e instalaciones o la seguridad, entre otros.

Comidas, dietas, viajes, teléfonos, consumo eléctrico... Son algunas de las partidas a las que las organizaciones meterán la tijera para recortar gastos durante este año. De carácter público o privado, hoy por hoy, la situación económica obliga a las organizaciones a reducir estas partidas. Pero la pregunta sería ¿es necesario recortar presupuesto o, por el contrario, es posible optimizar los costes en los que incurre mes tras mes la empresa? La respuesta es clara y en ella coinciden todos los analistas: una mejor gestión de los costes empresariales puede reportar importantes ahorros a las compañías. La siguiente pregunta sería cómo hacerlo.

La optimización de costes es una tarea que requiere un profundo conocimiento de los diferentes proveedores del mercado en todas y cada una de las áreas de actividad, así como de sus prácticas habituales, de forma que se puedan optimizar y conseguir las mejores tarifas. En este sentido, es imprescindible analizar la situación de partida, es decir, saber con qué proveedores se trabaja en cada una de las áreas, cuáles son las condiciones contractuales adquiridas con ellos y cuáles son las necesidades reales de la empresa; y en base a ello y a las diferentes opciones de mercado, estimar los ahorros potenciales que se podrían obtener.

De acuerdo con la experiencia de Alma Consulting, que ha estudiado y optimizado

presupuestos de entre 220.000 euros y doce millones de euros consiguiendo entre un ocho y un 54 por ciento de éxito en ahorros alcanzados, un plan de acción personalizado de los gastos operativos como son las telecomunicaciones, la flota automovilística o los viajes y que alinee necesidad y negocio puede reportar unos ahorros de entre un doce y un 15 por ciento en la factura de la electricidad, del 17 por ciento en limpieza y superior al 22 por ciento si lo que nos referimos es al material de oficina.

### La optimización de costes requiere un conocimiento de los distintos proveedores del mercado

Es cierto que en un mercado competitivo y cada vez más liberalizado se pueden optimizar los contratos existentes y conseguir ahorros sustanciales pero, en muchas ocasiones, para lograrlo es necesario contar con la ayuda de un socio experto que

complemente al departamento de compras de la empresa, y que cuente con profesionales con un gran know-how que ofrezcan al cliente total libertad a la hora de implantar las recomendaciones planteadas y garanticen un seguimiento adecuado de la aplicación de las nuevas condiciones.

Hacerlo, además, sin que implique cambios organizativos internos en la empresa es de elogiar en un momento ya de por sí complicado. Las compañías afrontan una nueva orientación del negocio si quieren garantizar su supervivencia. Detalles que pueden ser puntuales pero que, unidos, son de suma importancia para cualquier empresa.

Por: Juan Antonio Costa, director comercial y marketing de Alma Consulting Group.