

Las 7 razones por las que las empresas >1 M€ están perdiendo dinero invisible

No son decisiones puntuales. Son **fallos estructurales** en cómo fluye la información entre marketing, ventas, cobros y banco. Por cada uno: síntoma que reconoces, por qué pasa siempre, cuánto cuesta al año con benchmarks públicos, y qué cambia cuando los datos están cruzados — **sin explicarte el cómo** (eso es la consultoría).

1

Marketing que no sabe qué euro genera caja real

2

Pipeline opaco sin medición por etapa

3

Comisiones desconectadas del cobro real

4

Datos multi-sede agregados sin aislar

5

Renovaciones perdidas sin defensa activa

6

Decisiones financieras sin forecasting

01

Atribución publicitaria ciega al cobro real

«Mi agencia me reporta ROAS 4x pero el banco no crece igual.»

Las agencias optimizan por CPL (coste por lead) o CPM porque es lo que pueden medir. Pero la señal del cobro real — el deal que cerró 60-90 días después y entró en banco — nunca vuelve a Meta o Google. La plataforma sigue buscando «gente que pone su email rápido», no compradores. Con el tiempo, las campañas atraen perfiles cada vez peores. Y tú redoblas presupuesto en las que parecen tener buen ROAS aparente.

COSTE ANUAL ESTIMADO

15-25 % del presupuesto publicitario anual perdido en campañas que generan volumen de leads pero no compradores.

Fuente: Ruler Analytics 2025 sobre attribution waste B2B.

QUÉ CAMBIA CON RUS

La señal del cobro real vuelve a la plataforma publicitaria. Escalas la campaña que mete dinero, no la que mete formularios. Sin reemplazar tu CRM ni tu agencia.

02

Pipeline opaco sin medición por etapa

«Cerramos un 4 % global pero no sé en qué etapa se cae cada deal.»

Tu CRM tiene 5 etapas, pero nadie mide cuántos deals caen en cada paso ni cuánto tarda cada uno. El reporte semanal del director comercial es una construcción narrativa, no un dato cohort. El mismo error se repite trimestre a trimestre — la etapa «propuesta → negociación» puede estar perdiendo el 70 % de los deals y nadie lo ha identificado porque solo se mira el ratio global.

COSTE ANUAL ESTIMADO

0,5-1,5 % de la facturación anual recuperable con seguimiento por etapa y cohorte (≈ 10-30 k € sobre 2 M €).

Fuente: Digital Bloom 2025 SMB pipeline performance benchmarks.

QUÉ CAMBIA CON RUS

Cada etapa medida con su tasa de conversión y latencia. El cuello se identifica con dato, no con intuición. Decisiones de formación, scoring y reasignación basadas en evidencia.

03

Comisiones desconectadas del cobro

«Comisionamos al cerrar el deal, sin esperar al banco.»

En empresas con cuotas aplazadas, financiación propia o impagos recurrentes, una venta firmada hoy puede convertirse en impago en 60-120 días. Si comisionas sobre lo facturado, pagas variable sobre dinero que nunca llegó. El equipo persigue cierres, no cobros. Y el coste se acumula trimestre a trimestre sin que nadie lo conecte con la salud del closer.

COSTE ANUAL ESTIMADO

4-6 % de la facturación recurrente en comisiones sobre dinero no cobrado (≈ 25-40 k € sobre operación 2 M € con 50 % recurrente).

Fuente: Salesforce DSO benchmarks + Fyzon observación de campo.

QUÉ CAMBIA CON RUS

Comisiones ancladas al cobro real, no al cierre. El equipo persigue cobros con la misma intensidad con la que cierra ventas. Alertas tempranas de impago accionables.

04

Datos multi-sede agregados sin aislar variables

«El grupo va bien — la media nos sale positiva.»

Cuando ventas, ROAS, conversión y churn no se miden por sede aisladamente, ves la media agregada y tomas decisiones agregadas — pero los datos son individuales. No sabes dónde meter más dinero para potenciar el local que ya factura más, ni qué sede está sangrando el margen del grupo. La sede que cierra contratos en realidad recibe leads originados en otra zona, y sin atribución cruzada cierras la sede equivocada.

COSTE ANUAL ESTIMADO

Mal asignación del capital del 20-40 % entre sedes durante años — pérdida acumulada de cientos de miles cuando el grupo escala.

Fuente: McKinsey multi-location operations benchmarks + Fyzon observación.

QUÉ CAMBIA CON RUS

Cuadro cruzado multi-sede con cada variable aislada (ventas, ROAS, conversión, churn, margen). Decisiones de capital por sede, no por afinidad con el director de zona.

05

Renovaciones perdidas sin defensa activa

«Asumo el churn anual como parte natural del modelo.»

Cada cliente que no renueva es CAC duplicado: pagaste por adquirirlo y ahora tienes que pagar de nuevo para reemplazarlo. Pero sin sistema que avise 60-90 días antes de la renovación crítica, sin scoring de salud de cuenta y sin un rol claramente asignado a «defender cartera», el churn se da por hecho. El equipo comercial está ocupado vendiendo nuevo — nadie defiende lo existente.

COSTE ANUAL ESTIMADO

10-15 % del churn anual es recuperable con acción comercial proactiva (≈ 30-45 k € sobre operación 2 M € con 50 % recurrente y 30 % churn).

Fuente: *Gainsight customer retention benchmarks 2025.*

QUÉ CAMBIA CON RUS

Alertas tempranas 60-90 días antes de renovación crítica. Scoring de salud por cliente. Defensa proactiva con accionable claro: a quién llamar, qué proponer, cuándo.

06

Decisiones financieras sin forecasting estructurado

«Contratamos, abrimos o aceptamos deuda con un Excel y mi intuición.»

Cada decisión financiera estructural — contratar otro closer, abrir sede, aceptar 200 k de financiación, lanzar un servicio nuevo — mueve cientos de miles de euros. Pero se toma con un Excel manual desactualizado o, peor, a ojo. Sin forecasting de caja con escenarios base / optimista / pesimista, descubres el error cuando la cuenta del trimestre llega y el margen es la mitad del esperado.

COSTE ANUAL ESTIMADO

Una decisión financiera estructural mal tomada al año mueve fácilmente 5-15 % de la facturación. En 2 M € son 100-300 k € de impacto evitable.

Fuente: *Harvard Business Review sobre forecasting impact en SMB.*

QUÉ CAMBIA CON RUS

Forecasting de caja a 3, 6 y 12 meses con escenarios. Simulador «qué pasa si subes Meta 30 %, contratas 2, cierras una sede». Decisiones con datos delante, no con sensación.

«Si me voy de vacaciones, el negocio se para.»

Sin trazabilidad de procesos, sin métricas auditables, sin criterios documentados — el conocimiento del negocio vive en la cabeza del founder o del CFO. Decisiones tácitas que solo conoce 1-2 personas clave. Resultado doble: (a) el founder es el cuello de botella operativo cada semana, y (b) la empresa no es vendible porque depende de ti. El comprador descuenta el riesgo de transición un 30-50 % en la valoración.

COSTE ANUAL ESTIMADO

30-50 % de descuento sobre el valor potencial al vender la empresa. En operaciones de 2-15 M €, son cientos de miles a millones dejados sobre la mesa.

Fuente: equity research firms sobre M&A discount por dependencia del founder.

QUÉ CAMBIA CON RUS

La información cruzada deja de vivir en una cabeza. Pasa a ser un activo de la empresa con métricas auditables y procesos documentados. Te puedes ir de vacaciones; el sistema vigila por ti. Y la empresa se vuelve transferible.



SIGUIENTE PASO

¿Cuál de las 7 razones te aplica más hoy?

Si reconoces 3 o más de estas razones en tu negocio, agendamos **30 minutos**. Vemos cuál es la más crítica en tu caso, qué dato falta hoy y si tiene sentido montar el sistema. **Sin compromiso** — sales con un mini-audit de tu situación, decides avanzar o no.

[Agendar llamada con Iván →](#)

La llamada es para founders que facturan más de 1 M €, tienen equipo comercial e invierten en publicidad. Si vemos que no encaja, te lo digo yo mismo.

Fuentes citadas: Ruler Analytics 2025 (atribución publicitaria) · Digital Bloom 2025 (pipeline SMB) · Salesforce DSO benchmarks (cobros y comisiones) · McKinsey multi-location operations · Gainsight retention benchmarks 2025 · Harvard Business Review (forecasting SMB) · equity research firms (M&A discount). Cifras tomadas en el rango bajo del benchmark — no estimaciones infladas.